А.Г. КАРАЯНИ,
кандидат психологических наук, доцент

ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ПРОТИВОБОРСТВО В СОВРЕМЕННОЙ ВОЙНЕ

Учебное пособие

МОСКВА - 1997

Караяни А.Г. **Информационно-психологическое противоборство в современной войне:** учебное пособие. М.: Военный университет, 1997. 64 с.

В учебном пособии дается анализ теории и практики информационно-психологического противоборства как атрибута современной войны и самостоятельного средства достижения политических и военных целей государств. Автору удалось собрать, проанализировать и систематизировать множество фактов, документов, мнений отечественных и зарубежных специалистов по проблемам организации и осуществления психологических операций, информационно-психологического противодействия психологической борьбы, классифицировать явления, составляющие феномен информационно-психологического противоборства.

Работа представляет особую ценность в силу того, что в ней, наряду с «модным» сегодня зарубежным опытом, широко представлены наработки отечественных ученых и практиков. Учитывая ограниченные возможности открытого издания по отражению современной отечественной практики информационного и психологического воздействия на противника, автор анализирует, обобщает и предлагает читателям богатый опыт этой работы накопленный в годы Великой Отечественной войны.

Учебное пособие адресуется слушателям Военного университета, изучающим курсы "Морально-психологическое обеспечение деятельности войск", "Военная психология", "Информационная безопасность", адъюнктам, исследующим проблемы морально-психологического обеспечения боевых действий частей и подразделений, преподавателям всем офицерам университета, широкому кругу войсковых практиков.

Ответственный редактор полковник В.А. Кузнецов, кандидат исторических наук, доцент

Отпечатано с оригинала-макета, подготовленного автором

История войн и военного искусства наглядно свидетельствуют о том, что исход вооруженных событий в конечном счете зависит от двух факторов: материального и морального. Еще в древности наиболее талантливые полководцы отчетливо понимали, что бороться с неприятелем необходимо не только вооруженными средствами, но и путем целенаправленного воздействия на сознание, волю, чувства и настроения людей и пытались использовать средства психологического влияния для ослабления морального духа и боевой мощи противника. При этом учитывался тот простой факт, что никому и никогда не удавалось добиться активного и самоотверженного участия абсолютно всех военнослужащих в выполнении поставленных перед ними боевых задач. В ряде исследовании показывается, что лишь 15-25% из них ведут прицельный огонь по противнику, перемещаются по полю боя, выполняют распоряжения командиров. Значительная же часть из них, находясь во власти инстинкта самосохранения и негативных переживаний, нередко стремится к тому, чтобы уклониться от участия в боевых действиях. Для этого широко используются такие способы, как симуляция недомогания, членовредительство, вывод из строя боевой техники, самовольное оставление поля боя под различными предлогами (в том числе и для эвакуации в тыл раненых сослуживцев), дезертирство и т.п. Некоторые воины расходуют имеющиеся у них боеприпасы в течении первых минут боя другие завершают участие в бою не использовав ни одного патрона.

На искусственное побуждение личного состава противника к подобным действиям в настоящее время направляются усилия командиров, штабов, специальных органов, обладающих необходимыми средствами и владеющих методами ведения информационно-психологического противоборства. Такое противоборство в армиях многих стран мира рассматривается как самостоятельный вид (способ) боевых действии, позволяющий-достигать военных целей без применения смертоносных средств. В связи с этим нельзя не отметить появления нового феномена содержания войны: стирание граней между военными и не военными средствами борьбы, когда высокая эффективность средств "информационной войны", в сочетании с использованием высокоточного оружия и «невоенных средств воздействия»

позволяет дезорганизовать систему государственного управления, поразить стратегически важные объекты и группировки войск, воздействовать на психику, моральный дух населения. То есть эффект применения этих средств сопоставим с ущербом от воздействия оружия массового поражения»[1].

Боевые события последнего времени убедительно свидетельствуют о том, что технология ведения войны, нацеленная на достижение победы, должна, наряду со средствами поражения и физического уничтожения неприятеля, обязательно включать специальные средства его дезинформации, снижения морально-психологической устойчивости паралича воли к сопротивлению, создания благоприятной социально- политической обстановки в зоне ведения боевых действий.

В связи с этим, готовность командиров, штабов, органов воспитательной работы квалифицированно организовывать противодействие и защиту войск от психологических операций (ПсО) противника и информационно-психологическое воздействие на личный состав его частей и соединений является необходимым условием успешного решения частями и соединениями поставленных им боевых задач в современном бою.

1. Сущность информационно-психологического противоборства

Революционные изменения в сфере наук о закономерностях функционирования человеческой психики, массовых информационных процессов, широкое распространение систем массовой коммуникации (сетей спутникового и кабального телевидения, оптико-волоконных линий связи и компьютерных сетей, УКВ- и СВ- радиостанций), технологический прорыв в полиграфической технике, достижения в области "несмертоносного" оружия обусловливают резкое усиление интереса военных руководителей многих армий мира к информационно-психологическому противоборству как составной части вооруженной борьбы.

Однако, несмотря на высокую актуальность данной проблемы

[1] Самсонов В. Иная трактовка понятия войны // Независимое военное обозрение 1996. №23.

ее теоретическое обоснование оставляет желать лучшего. В настоящее время в литературных источниках, научных трудах и руководящих документах у нас в стране и за рубежом широко применяются такие термины как "психологическая воина", "информационная война", "психологические операции", психологическая борьба, "информационно-психологическое противоборство", "информационно--психологическое протоводействие и защита войск от психологических операций противника», психологическое прикрытие войск", «психологическая защита», информационно-психологическое обеспечение боевых действий» и др. Так например, в США в настоящее время действуют полевые уставы FM 100-6 «Информационные операции», FM 33-1 «Психологические операции», FM 31-20 «Операционная техника специальной борьбы», одновременно осуществляется подготовка специалистов в области информационного противоборства Все это не способствует прогрессу в понимании объективно существующего явления - противоборства в информационно-психологической сфере между конфликтующими силами.

В данной работе предпринимается попытка преодолеть понятийные противоречия и предположить непротиворечивую классификацию обозначенных выше феноменов. При этом основное внимание уделяется рассмотрению и анализу их *психологических аспектов.*

Наиболее широким из перечисленных понятий, по нашему мнению, является **«информационно-психологическое противоборство**», отражающее различные уровни противодействия конфликтующих сторон, осуществляемою информационными и психологическими средствами для достижения политических и военных целей Такая широкая трактовка рассматриваемого феномена позволяет охватить информационно- психологические акции, осуществляемые:

а) на разных уровнях (межгосударственном или стратегическом, оперативном и тактическом);

б) как в мирное, так и в военное время;

в) как в информационной, так и в духовной сфере;

г) как среди своих военнослужащих, так и среди войск противника.

В системе информационно-психологического противоборства,

осуществляемого в военных целях, можно выделить феномены квалифицируемые как «информационная воина» и «психологическая война. Под *информационной войной* можно понимать борьбу сторон за достижение превосходства над противником в своевременности, достоверности, полноте получения информации, скорости и качестве ее переработки и доведения до исполнителей. Такая воина включает следующие направления деятельности: добывание необходимой информации, переработка полученной информации; защита информационных каналов от проникновения противника; своевременное и качественное доведение информации до потребителей, дезинформация противника вывод из строя или нарушение функционирования систем добывания, переработки и распространения информации уничтожение. искажение, хищение информации у противника, разработка более эффективных, чем у противника, средств работы с информацией.

Средствами ведения информационной войны могут быть[1]:

а) компьютерные вирусы, отличающиеся высокой способностью проникновения но различным каналам в программы, закрепления и размножения в них, подавления и вывода их из строя;

б) «логические бомбы», «программы-оборотни», «программы-убийцы информации» заранее внедряемые в информационно-управляющие центры военной и гражданской инфраструктуры, и по сигналу или в установленное время искажающие, уничтожающие информацию или дезорганизующие работу программно-технических средств;

в) программы несанкционированного доступа к информационным ресурсам противника с целью хищения разведывательной информации;

г) средства подавления информационных систем противника, вхождения в них в целях подмены информации или открытого пропагандистского вмешательства;

д) биотехнологические средства, созданные на основе

---

[1] Выборнов С. Несмертельное оружие / Зарубежн. воен. обозрен. 1993 г. № 4 стр. 10-14.

Поздняков А. Война компьютеров // Армия 1992 20, стр. 35-39;

Смолянин Г., Цыгичко В., Черешкин Д. // Оружие, которое может быть опаснее ядерного. Реалии информационной войны // Независимая газета 1995 №3.

клеточной инженерии, выводящие из строя компьютерные платы;

е) средства внедрения вирусов, логических бомб, программ-оборотней, программ-убийц информации, программ воздействия на персонал («зомбирование») и др. в информационные системы (вирусные пушки, закладки в микропроцессоры, международные компьютерные сети и др.);

Психологическая война может быть рассмотрена как борьба между государствами и их вооруженными силами за достижение превосходства в духовкой сфере и превращение полученного преимущества в решающий фактор достижения победы над противником При таком подходе информационные возможности, наряду с чисто психологическими акциями, выступают средством решения психологических задач. В рамках психологической войны следует выделить следующие направления: мобилизация и оптимизация моральных и психологических сил нации и вооруженных сил в интересах решения военных задач; защита населения своей страны и ее вооруженных сил от разлагающего информационнопсихологического влияния противника (психологическое противодействие психологическое прикрытие; контрпропаганда; психологическая защита); психологическое воздействие на войска и население противника в целях их дезориентации, деморализации и дезорганизации (психологическая борьба), влияние на взгляды, настроения, поведение дружественных и нейтральных аудиторий (стран, социальных групп, вооруженных формирований) в направлении, благоприятном дли достижения победы над противником.

Кратковременные или узконаправленные информационно-психологические акции, осуществляемые как в мирное, так и в военное время, во многих странах мира обозначаются устоявшимся термином *психологические операции (ПсО).*

В настоящее время в нашей военной науке по критерию направленности информационно-психологического воздействия выделяются:

а) противодействие и защита войск от психологических операций противника;

б) психологическая борьба (воздействие на войска противника и, население враждебных, дружественных и нейтральных государств, т е. то, что зарубежными специалистами квалифицируется как ПсО). И, хотя такое деление

терминологически не совеем корректно, оно в целом отражает необходимые направления сосредоточения усилий командиров, штабов, органов воспитательной работы в рамках информационно-психологического противоборства с противником.

Опыт осуществления успешных информационных и психологических акций в военных событиях последнего времени (при проведении военной операции США в Гренаде (1983 г.), во время войны в Персидском заливе (1990-1991 гг) при вторжении на Гаити (1994 г), в ходе выполнения миротворческих задач в Боснии и Герцеговине (1996 г.) и др.) свидетельствует о том, что их эффективность высока лишь тогда, когда они увязываются в целостную систему информационно-психологического воздействия, осуществляются по единому плану, на уровнях, объективно востребуемых обстановкой. Поэтому, по данным специалистов[1], армии наиболее развитых в экономическом и военном отношении государств готовятся к ведению войны одновременно по нескольким направлениям, радиоэлектронная борьба, активная разведка, дезорганизация систем управления войсками и оружием, психологические операции, специальное программно-техническое воздействие на информационный ресурс противника. Вот как описывают возможные события такой воины американские аналитики:

2005 год. Иран скрытно разворачивает свои войска и внезапно нападает на Саудовскую Аравию. США для защиты своего стратегического союзника начинают информационную воину против агрессора Прежде всего оживают компьютерные вирусы и логические бомбы, заранее тайно заложенные в память ЭВМ, используемых во всех иранских структурах государственною, военного и экономического управления Это оружие пускается в ход специальной командой, например, со спутника или через международные компьютерные сети. После начала конфликта агенты спецслужб, действующие на территории Ирана, с помощью портативных мощных генераторов электромагнитных импульсов разрушают программное обеспечение и уничтожают базы данных в системах гражданскою и военною управления, защищенных от

[1] См Модестов С. Война, к которой готовится Америка. Эволюция вооруженной борьбы в эпоху информатизации Независимая .газета 1996.№5, Цымбал В.И. О концепции информационной воины // Безопасность. 1995 .N«9 С. 27-33.

компьютерных вирусов и логических бомб. Одновременно по международным телекоммуникационным сетям обнуляются счета агрессора в зарубежных банках. Эти действия влекут для Ирана катастрофические последствия, поскольку полностью дезорганизуют работу всех жизненно важных для страны систем (гражданского и военного управления, связи, энергетики, транспорта и др). Одновременно подавляются теле- и радиопередачи всех станций и ретрансляторов на территории страны, пунктов связи и управления в войсках агрессора По. электронным средствам массовой информации начинают передаваться материалы, направленные на дестабилизацию политической обстановки, дезориентацию населения и возбуждение паники. В результате такой комбинированной атаки с помощью различных видов информационного оружия в Иране воцаряется хаос, происходит коллапс экономики и резко изменяется социально- политическая ситуация. В этих условиях агрессор вынужден отказаться от своих планов и подчиняется требованиям США и их союзников»[1], естественно, такой взгляд на войну несколько эйфористичен, ведь в нем не учтены возможности противника по организации информационной защиты и противодействия. Однако современные достижения в области информационных технологий позволяют многое из описанного выше сценария ведения войны в той или иной степени реализовать на практике таким образом, информационно-психологическое противоборство представляет собой борьбу между государствами и их вооруженными силами за достижение превосходства в области получения , обработки сохранения и доведения до пользователей необходимой военной’ политической, технической и иной информации, а также в сфере моральных и психологических возможностей нации, ее армиии флота в интересах достижения политических и военных целей.

[1] Цит.по: Смолянин Г., Цыгичко В., Черешкин Д. Оружие которое может быть опаснее ядерного.

2. Психологические операции как элемент информационно- психологического противоборства

Известно, что попытки оказать психологическое влияние на противника в целях его дезинформации, запугивания, деморализации предпринимались еще в глубокой древности. Считается, что целенаправленное психологическое воздействие человеком на человека в целях изменения поведения другого применяется с тех пор, когда возникли первые контакты между людьми. В одной из библейских легенд рассказывается о том, как Гедеон, ведя войны со своими многочисленными противниками, нередко прибегал к военным хитростям, дезинформации и запугиванию неприятеля. Однажды он так смог запугать врага, что тот, потеряв контроль над своими действиями, ударил по своим войскам. В сочинениях Плутарха описывается интересный факт эффективного использования психологического давления на противника. Римляне, узнав о том, что царь этрусков готовится совершить нападение на их земли, послали в стан неприятеля патриция Муция Сцеволу. Прибыв во вражеский лагерь, Муций долго уговаривал их царя от нападения на Рим, предлагая различные варианты мира. Однако главный этруск был непреклонен, настаивая на том, что город должен пасть. Тогда Сцевола, исчерпав все аргументы, вытянул руку над огнем и держал ее до тех пор, пока пламя не показалось с обратной стороны ладони. Вождь этрусков был настолько потрясен величием духа противника, что отказался от нападения на Рим.

Искусство управления мыслями, психическими состояниями, поступками людей формировалось, совершенствовалось и хранилось как тайное оружие жрецами, государственными и военными деятелями Шумера, Вавилона, Египта, Китая, Древней Греции и Рима. В трудах Геродота, Ксенофонта, Плутарха, Юлия Цезаря описываются некоторые приемы используемые в целях введения противника в заблуждение, порождения предательства и паники в его рядах, подрыва воли к сопротивлению. Среди них: распространение слухов о преобладающем числе (или, напротив, о незначительности) своих войск, о наличии нового , мощного

оружия, о своей непобедимости, о якобы задуманном маневре, об измене (пленении) и бегстве командования, о хорошем обращении с: пленными и др.

В средние века славу известных специалистов по психологическому воздействию на войска противника снискали Чингиз - Хан, киевский князь Святослав, кардинал Ришелье. Так, в полевом уставе армии США FM33-1 «Психологические операции» описывается как монгольские лазутчики, характеризуя татаро-монгольское войско обывателям и правителям стран-потенциальных жертв, отмечали, что «все монгольские воины - истинные мужчины и выглядят как настоящие богатыри; все их помыслы связаны ни с чем иным, как только с войной и кровью; они выражают такое громадное нетерпение к бою, что их полководцам трудно удается их сдерживать; однако, несмотря на то, что они такие жестокие, они держат себя в рамках строгой покорности командованию и полностью посвятили себя своему правителю; они довольствуются любой пищей и не очень тщательны в выборе зверя или скотины для еды... едят не только свиное мясо, но могут питаться и мясом волка, медведя и собаки; ...что касается их численности, то войска Чингиз Хана, по-видимому, напоминают кузнечиков, сосчитать которых не представляется возможным»[1] . Надо сказать, что спустя более семи столетий в психологической операции против российской армии ведущей боевые действия в Чечне использовались очень похожие тексты.

Блестящие попытки осмыслить практику подрыва морального духа неприятеля предпринимались в трудах Ф Бекона «О хитрости», Д. Свифта «Искусство политической лжи», Н Макиавелли «Государь и рассуждения на первые три книги Тита Ливия» и др. В более позднее время практические рекомендации по психологическому разложению противника вырабатывались А В. Суворовым, Наполеоном и др. Так, например, Наполеон считал, что «четыре газеты смогут причинить больше зла, чем стотысячная армия». Именно поэтому в его армии постоянно находилась походная типография мощностью до 10 тыс. листовок в сутки[2].

---

[1] Полевой устав армии США FM33-1 «Психологические операции. М., 1988 С. 23.

[2] См.: П л о т н и к о в Н. // Бескровное и бесшумное средство. Независимая газета. 1996. 27 января.

На рубеже 19-20 веков деятельность военно-политическою руководства многих стран по психологическому воздействию на противника как в военное, так и в мирное время, приобретает новое значение, большой размах и организационное оформление Первая мировая война была тем военным столкновением, в котором впервые целенаправленно и масштабно были использованы многие средства и способы информационно-психологического воздействия на противника. Именно тогда были созданы первые специальные органы ведения пропаганды и подрывных акций среди войск и населении противника (в США - комитет общественной информации, в Великобритании - управление пропаганды среди войск и населения противника, во Франции - служба пропаганды, в Германии - специальный отдел генерального штаба и т.д.), осуществляются первые научные изыскания в этой области, разрабатываются средства влияния на сознание, волю, настроение и поведение людей. Особенной активностью в проведение информационно-психологических акций отличалась Англия. Англичанами были выпущены миллионы листовок, которые разбрасывались с помощью авиации и воздушных шаров над территорией противника. Французскими органами психологической войны было подготовлено и распространено среди германских войск около 30 млн. экземпляров листовок и другой печатной продукции. Не менее активно участвовали в информационно-психологическом противоборстве и германские спецслужбы. Работая на два фронта, они буквально засыпали с цеппелинов листовками российские, английские и французские войска. Использую тонкую дезинформацию, грубую ложь и запугивание, они сумели существенно повлиять на морально-психологическое состояние союзнических армий.

Опыт деятельности органов психологических операций обобщается в специальной, научной, научно-популярной литературе, в документах, касающихся управления войсками.

Искусство «психологической войны», «психологического вредительства», «пропаганды» в полной мере проявилось в годы второй мировой войны. Один из идеологов германской стратегии «психологического вредительства» Э. Байзе подчеркивал, что «психология, используемая в качестве военного оружия, является средством, влияющим на отношения наций к тем или другим событиям, в том числе к войне. Врага следует атаковать в его

наиболее уязвимых местах (какая нация не имеет таких мест?). Необходимо подтачивать и ослаблять его сопротивляемость, необходимо убеждать широкие массы в том, что они обмануты, преданы и приведены к гибели своим же собственным правительством. В результате народ потеряет уверенность в правоте своего дела, что, в свою очередь, позволит политической оппозиции поднять голову и активизироваться. Организм враждебной нации, в начале единый, крепкий и сильный должен постепенно разложиться начать загнивать, распадаться на составные части с тем, чтобы в конце концов перестать существовать, подобно растоптанному лесному грибу"[1]. Для реализации этих целей в фашистской Германии было мобилизовано 25000 пропагандистов и 2000 специальных сотрудников, которые действовали в 45 странах. В интересах выработки научно обоснованных рекомендаций специалистам по психологическим диверсиям активно работала «психологическая лаборатория», в которой имелись отделы «психологического вредительства».[2]

Ведомство Геббельса, осуществляя информационно-психологические акции, руководствовалось наставлением фюрера: «Есть более глубокая стратегия - война интеллектуальная, психологическим оружием». Для руководства всей информационно-пропагандистской деятельностью в апреле 1939 года был создан отдел военной пропаганды верховного главнокомандования германской армии, разрабатывавший планы «пропагандистского обеспечения» крупных операций войск Планы утверждались лично Гитлером[3]. С 1938 года функционировала сеть корпусных (армейских) «рот пропаганды», которым было предписано собирать фронтовой материал (корреспонденцию, кинохронику, радиоматериалы) для пропаганды в тылу, помогать организации досуга и развлечений военнослужащих, вести пропаганду среди населения прифронтовой полосы и среди войск противника. Роты были подчинены отделам разведки штабов родов войск, армий и флагов. В батальонах были введены должности офицеров по пропаганде, ведавших вопросами идеологической

---

[1] Сайрес М, Кан А. Тайная война против Америки, М: Воениздат, 1945. С. 91.

[2] См : Феденко Н.Ф. Буржуазная военная психология на службе психологической войны империализма. М.: ВПА 1981 С 11.

[3] См Политическая работа среди войск и населения противника в годы Великой отечественной войны М.: Воениздат, 1971, С.11-12

обработки своих солдат, а также «духовного порабощения» захваченного населения В этих же целях фашисты устраивали помпезные демонстрации военной техники и оружия для руководителей, дипломатов и представителей СМИ разных стан. Об эффективности пропагандистских и психологических акций фашистов говорит то, что им, по существу без единого выстрела, удалось захватить Аварию, Чехословакию, Данию, Норвегию, длительное время манипулировать своими основными противниками и др.

О размахе психологической борьбы в годы минувшей войны свидетельствуют и такие факты. Только на территории Европы американцы распространили 8 млрд., а англичане - 6 млрд, листовок. Для этого было задействовано около 80% печатных мощностей Великобритании, около 500 артиллерийских подразделений, сотни тяжелых бомбардировщиков[1]. Целенаправленно велся поиск наиболее действенных средств воздействия на психику людей, Так в 1945г. на германскую территорию было сброшено большое количество зажигалок с инструкциями о поджоге, широко использовалось применение листовок, звуко - и радиовещания, распространение слухов и др.

В настоящее время в странах НАТО, весь комплекс мер **информационно-психологического** воздействия на войска **и** население противника обозначается термином «психологические операции».

По мнению военно-политического руководства этих государств, такие операции представляют собой самостоятельный вид воздействия, эффективное оружие, применение которого может позволить вообще отказаться от военной силы. Например, существует твердая уверенность в том, что тысячи американских солдат в минувших войнах остались в живых, благодаря маленьким кусочкам бумаги, словам и идеям, забрасываемым на вражескую территорию и передаваемым по радио.

В армиях НАТО организация психологических операций регламентируется директивами, уставами и наставлениями, разрабатываемыми как для армий отдельных государств, так и для блока в целом. Здесь действует единая директива «О принципах

---

[1] См : Феденко Н.Ф. Буржуазная военная психологи на службе психологической войны империализма. С.87-88

планирования и ведения психологических операций». Своеобразный «тон» в определении общих ориентаций, масштабов, интенсивности, форм и методов осуществления информационных и психологических акций в рамках ПсО задают США. Американская система, во-первых, впитывает в себя все, что наработано в этой области в других странах, во-вторых, сама выступает для них неким эталоном в данной сфере и, в-третьих, демонстрирует в последнее время приемы «высшего пилотажа» в этой области. Поэтому целесообразно именно ее рассмотреть наиболее подробно. Деятельность американских командиров всех уровней в этом отношении определяется уставом FM33-1 «Психологические операции». В нем подчеркивается, что «психологические операции - это проводимая в мирное или военное время плановая пропагандистская или психологическая деятельность, рассчитанная на иностранные враждебные, дружественные или нейтральные аудитории с тем, чтобы влиять на их отношение и поведение в благоприятном направлении для достижение как политических, так и военных национальных целей США»[1] Как видно из определения, ПсО представляют собой скоординированную пропагандистскую деятельность и психологические действия. При этом, под пропагандой понимается систематическое, целенаправленное распространение с помощью средств связи и информации определенных идей с целью оказания влияния на мнения, чувства, состояния и отношения или поведение объектов воздействия с тем, чтобы достичь прямых или косвенных выгод для своей страны. Пропаганда может быть «белой» (если указывается объективный источник информации), «серой» (если этот источник не упоминается) и «черной» (при сфальсифицированном источнике информации).

Психологические действия - это осуществление конкретных мероприятий как в мирное, так и в военное время, направленных на подрыв потенциального или действительного престижа и влияния противника во враждебных, нейтральных или союзных странах и укрепление своего влияния и престижа.

Психологические операции подразделяются на стратегические, оперативные и тактические. *Стратегические* ПсО проводятся в глобальном масштабе для достижения долгосрочных

[1] Полевой устав армии США FM33-1 «Психологические операции». С.6.

целей, в интересах создания благоприятной психологической обстановки для ведения боевых действий. *Оперативные* ПсО осуществляются в определенных регионах и преследуют среднесрочные цели по поддержке военных кампаний или крупных военных операций. *Тактические* ПсО реализуются с краткосрочными целями и направляются на поддержку боевых действий войск в тактическом звене. ПсО всех уровней, при их одновременном осуществлении, составляют единый целостный комплекс взаимосвязанных мероприятий, из которого сложно вычленить тот или иной уровень. Они планируются и проводятся на основе решений главнокомандующих, командующих и командиров различных рангов в мирное и военное время Основными задачами ПсО считаются: убеждение общественного мнения в правильности , необходимости военного вмешательства; воздействие на военно-политическое руководство противника и его союзников с целью заставить их отказаться или воздержаться от вступления в войну; поддержка внутри страны противника оппозиции, сил сопротивления, расовых, этнических, религиозных и других противоречии, подрыв доверия к руководству страны; руководство и содействие диссидентским элементам, взаимодействие с силами, ведущими борьбу в подполье; воздействие на население дружественных стран; содействие развитию доброжелательности населения нейтральных стран; подрыв морального духа, создание обстановки неуверенности и беспокойства среди личного состава армии противника, снижение его боеспособности; проведение аналитической работы по вскрытию уязвимых мест противника, подготовка и доведение до командиров тактического звена, а также групп и лиц, выполняющих задачи в районе боевых действии, соответствующей информации; оказание содействия в захвате населенных пунктов противника путем предъявления ультиматума и передачи призывов к капитуляции; оказание помощи командованию в осуществлении контроля за враждебно настроенным населением в зоне боевых действий; противодействие психологическим операциям противника и подрывным элементам; прогнозирование степени психологического воздействия на людей боевых действий. Как видно, решение перечисленных задач должно обеспечить достижение морально-психологического превосходства своих войск над войсками противника.

Сам термин «психологические операции» указывает на то, что для достижения целей подрывной деятельности широко привлекаются выводы психологической науки и что они направляется, в первую очередь, на изменение психологических состояний противника.

Обосновывая роль психологии в организации и ведении психологической войны, известный американский специалист в этой области. П. Лайнбарджер подчеркивает, что психолог способен сказать каким образом страсти можно превратить в негодование, личную находчивость в массовую трусость, трения - в недоверие, предрассудки - в ярость[1]. Во-вторых, установив, как настроен противник и факторы, определяющие его моральное состояние, психолог может прогнозировать поведение войск противника в той или иной обстановке. В-третьих, психолог способен дать необходимые рекомендации оперативным работникам, ведущим психологическую войну о соблюдении чувства меры, О психологически целесообразном структурировании и оформлении информации. В четвертых, психолог рекомендует наиболее целесообразные средства и методы пропаганды:радио, листовки, громкоговорящие установки, а также распространение слухов, обратную засылку пленных и т. д. Он может выработать план наилучшего использования всех имеющихся средств психологического воздействия по месту, времени, соотнесенности с военными, экономическими и политическими событиями.

Таким образом, психология в рамках ПсО: указывает на те особенности человеческой и групповой психики, которые целесообразно подвергнуть воздействию; разрабатывает эффективные методы оценки психологического состояния противника, дает рекомендации специалистам, ведущим психологическую войну по планированию операций; вырабатывает критерии и методы оценки результативности психологического воздействия на людей.

Создавая научный фундамент ПсО, военные психологи западных стран опираются на достижения различных психологических школ. При этом за основу принимаются следующие положения:

---

[1] Лайнбарджер П. Психологическая война / Пер. с англ. М.: Воениздат, 1958. С 26.

- о решающей роли бессознательного в детерминации человеческого поведения, о функционировании механизмов психологической защиты и способах их преодоления (психоанализ);
- о рефлекторном закреплении («якорении», «зомбировании») определенным образом соотносящихся восприятий, переживаний, действий; о внушающей силе структуры, эмоционального тона, пространственно-временных характеристик информации (бихевиоризм, нейролингвистическое программирование);
- о роли "ментальных схем" в восприятии человеком окружающего мира, происходящих событий и информации (когнитивная психология);
- о структуре и динамике потребностей человека (гуманистическая психология) и др.

Психология помогает организаторам ПсО выявлять наиболее слабые звенья в морально-психологическом состоянии противника и научно обоснованно строить тактику психологического давления на него. Она рекомендует широко использовать в этих целях национальные, социальные, религиозные противоречия, трудности, с которыми, сталкиваются войска противника (голод, холод, плохое материально-техническое обеспечение и др.); распространять слухи и дезинформацию о значительном превосходстве своих войск, больших потерях противника, различии интересов и целей разных категорий военнослужащих; активно работать с военнопленными и др. Выводы психологии активно используются для придания распространяемой информации свойства легкой и быстрой усваиваемости, «просачиваемости» в бессознательное человека. Это достигается путем эксплуатации закономерностей человеческого восприятия, так называемых "эффектов ". Среди них хорошо изученным на сегодняшний день являются: эффект первичности, эффект авторитета, эффект «голос пророка»; эффект повторения; эффекты возложения ответственности и др.

Эффект первичности. Специалисты ПсО исходят из того, что первое сообщение о каком-либо событии оказывает более сильное воздействие, чем последующие. Оно как бы создает своеобразную установку, формирует отношение человека к происходящему. Другая информация, в этом случае, будет воспринята лишь тогда, когда удастся изменить сформировавшуюся позицию человека, что

существенно сложнее. В последствии, источник информации, первым сообщивший о том или ином факте будет оцениваться как более предпочтительный. Поэтому важным принципом ПсО является *оперативность* информирования объектов воздействия о текущих событиях, изменении обстановки и др.

Эффект авторитета. В психологии хорошо известно, что чем авторитетнее источник информации, тем больше сила ее внушающего воздействия на людей. Учитывая это, практики ПсО стремятся создать для своих источников информационно-психологического воздействия имидж особой осведомленности, объективности и независимости. Это достигается передачей достоверных сведений, хорошо известных, легко проверяемых (например, потери воинских частей, фамилии командиров, названия городов, улиц, номеров домов и др.), привлечением мнений экспертов, свидетелей, документальных данных, использованием самокритики и др.

Эффект «голос пророка». Доказано, что авторитет источника информационно-психологического воздействия существенно возрастает, если он обладает высокими прогностическими свойствами. Поэтому при осуществлении ПсО западные специалисты конструируют информацию таким образом, что изложенные в ней факты воспринимаются как ранее ими предсказанные. При этом используются закономерности ассоциаций по смежности, подобию, контрасту, временной и пространственной близости.

Эффект повторения. Основывается на закономерностях запоминания человеком информации. Психологический механизм многократного повторения действует на основе принудительного привлечения внимания, подсознательного восприятия предлагаемой информации, существенного сужения сознания человека в экстремальной обстановке. В боевых условиях человек меньше задумывается над значением отдельных слов и формулировок. Психологами выработаны рекомендации как избежать явной назойливости для недопущения апатии и безразличия при многократном предъявлении информации. Считается, что целесообразно передавать одно и то же сообщение трижды: в кратком изложении, полном и снова в кратком. Затем, при необходимости, эта же информация может быть преподнесена в другой форме (новости, аналитический обзор, интервью,

панорама и др.). При этом соблюдается установка на первоочередное воздействие на чувства и состояние людей.

Эффект возложения ответственности. Основывается на том, что человек склонен воспринимать успешное и неуспешное развитие событий в категориях ответственности При этом, он приписывает причины успеха себе самому, а ответственность возлагает на других людей. Поэтому специалисты ПсО при воздействии на людей стремятся связать любые трудности и препятствия, неудачи с конкретными объектами (конкретные лица, политические партии, организации, правительственные круги, законодательство, моральные и этические нормы и др.). Как правило выбирается ограниченное число таких объектов и на них настойчиво направляется ненависть людей.

Планируя и осуществляя ПсО, западные специалисты опираются на данные психологии о специфике работы органов чувств человека. Считается, что деморализующее воздействие сильнее тогда, когда реализуется одновременно через несколько анализаторов (зрительный, слуховой, кинестетический,), а также на субсенсорном уровне. При этом используются самые разнообразные *приемы.* В уже упоминавшемся полевом уставе армии США «Психологические операции» описываются следующие приемы: утверждение, неодобрение, демагогия, «дорогие слова», лозунги, цитирование, доказательства с ссылкой на официальные и персональные заявления, неопределенность, рациональность, простота, подмена ответственности, выбор «наименьшего зла», компрометация, подмена фамилий, навешивание ярлыков, использование мышления и привычек простых людей, просторечный язык, диалект и др. Уже только перечисление свидетельствует о том, что специалисты ПсО владеют достаточным арсеналом приемов воздействия на умы, настроения и поведения людей.

Силы и средства ПсО

Выполнение задач по психологическому воздействию на противника возложено на специальные части и подразделения ПсО (группы, батальоны, роты), находящиеся[1] в непосредственном подчинении командования специальных операций США (Форт-Брэгг, штат Сев. Каролина), которое, в свою очередь, входит в

состав объединенного командования специальных операций ВС США. Главный потенциал ПсО сосредоточен в сухопутных войсках. Его ядро составляет 4-я группа ПсО состоящая из 4-х батальонов ПсО (1, 6, 8 и 9-го) и батальона подготовки и выпуска пропагандистских материалов, численностью свыше 900 человек. Кроме этого, в организованном резерве находятся штабы еще трех групп ПсО (2-ой, 5-ой, 7-ой), 9-ти батальонов, 22-х рот ПсО и около 40 батальонов по работе с гражданским населением[1].

В военное время в сухопутных войсках действуют группы ПсО общей и непосредственной поддержки. Группы общей поддержки состоят из батальона общей поддержки, батальона по работе с военнопленными, батальона консолидирующей пропаганды. Батальон общей поддержки (272 чел.) осуществляет ПсО стратегического уровня на ТВД. Он состоит из подразделений: разведки; разработки информационно-психологических материалов; тяжелой, средней и легкой типографий; звуковещательных станций; радиостанций. Возможности батальона позволяют издавать до 28 млн. листовок в сутки, вести радиовещание на СВ- и КВ-диапазонах а радиусе до 150 км., готовить радиопрограммы общей длительностью звучания до 8 часов, осуществлять плотное звуковещание на больших площадях Батальон консолидирующей пропаганды включает радио- и телевизионную редакции, подразделения эксплуатации местных стационарных радиосетей, телестанций и кинотеатров.

Группа непосредственной поддержки предназначена для обеспечения тактических и оперативных задач, решаемых войсками. Она включает батальоны и роты непосредственной поддержки. Батальон предназначен для поддержки боевых действий армейского корпуса и состоит из штаба, подразделений обеспечения и 2-5 рот непосредственной поддержки. Численность батальона - от 260 до 533 человек. Рота непосредственной поддержки (88 чел.) предназначена для обеспечения боевых действий дивизии, бригады. При ведении боевых действий рота действует в боевых порядках войск. Структура группы показана на

---

[1] Плотников И. Д. Психологические операции: цели, задачи, содержание (по опыту локальных войн и конфликтов) // Военная мысль 1996 г., № 4 стр. 63-69. Психологические операции и противодействие им. М., 1993;

Шаламберидзе Е. «Психологические операции» США // Зарубежн. воен. обозрение. 1989. №9. С.8.

(рис.1).

Организационно-штатная структура названных подразделений не постоянна, она строится по модульному принципу. В зависимости от поставленных задач создаются соответствующие команды ПсО. В такие команды могут входить специалисты по иностранным языкам и культуре, разведке, журналистике, полиграфии, связи, фотографии, психологии, рекламе и. др. Подавляющее большинство из них проходит обучение в Центре специальных методов войны нм. Дж. Кеннеди в Форт-Брэгге, лингвистическом институте и школе подготовки специалистов средств массовой информации МО США.

В распоряжении органов ПсО находятся самые современные средства, позволяющие осуществлять целенаправленное влияние на общественное мнение, сознание, подсознание, поступки людей, их психическое состояние, чувства и здоровье. Внимательное, заинтересованное изучение всей совокупности этих средств позволяет сделать вывод о том, что сегодня в мире ускоренными темпами создается, проходит полевые испытания и практически используется при решении военных задач новый класс мощного, высокоэффективного оружия на основе современных и перспективных психотехнологий, которое может стать одним из решающих средств достижения целей в современной войне.



Рис. 1. Группа ПсО непосредственной поддержки

Мы предлагаем обозначить данное оружие как “*психологическое*" понимая под ним совокупность средств, избирательно влияющих на психическую деятельность людей с

целью задания ей необходимых характеристик целенаправленного управления человеческим поведением в интересах успешного решения боевых задач. Такое оружие по мнению специалистов ПсО, представляя собой комплекс средств преднамеренного и организованного воздействия на психику и поведение военнослужащих на поле боя, должно обладать следующими свойствами. Оно призвано:

- обеспечивать достижение целей войны без нанесения непоправимого ущерба экологии, народнохозяйственной инфраструктуре, людским ресурсам государства-противника;
- гарантированно снижать боеспособность войск противной стороны до заданных пределов, на промежуток времени, необходимый для решения оперативных, тактических и, даже, стратегических задач;
- существенно расширять психические возможности военнослужащих собственных частей и подразделений, что позволит достигать многократного превосходства над противником по критериям морально- психологического состояния, боевой активности, психологической устойчивости и профессионального мастерства;
- принуждать противника к занятию им невыгодных районов и рубежей посредством постановки “психологических заграждений”;
- поражать личный состав противника на больших площадях и на всю глубину его боевых порядков (оперативного построения);
- применяться по отношению к гражданскому населению в целях стимуляции у него психических состояний и побуждений, благоприятствующих решению войсками боевых задач;
- быть менее затратоемким, чем традиционные средства ведения войны, позволяющие решать задачи аналогичного класса;
- обеспечивать скрытность развертывания, применения и др.

К основным разновидностям такого оружия можно отнести уже широко известные и апробированные на практике системы информационно-психологического воздействия, находящиеся в стадии активных научных и опытно-конструкторских разработок психотропное, техно-психологическое и сомато-психологическое *(терминология автора))* и рассматривающееся в виде возможной

перспективы психотронное оружие (см. табл. 1).

Таблица1

Классификация психологического оружия

Наименование вида	Краткая характеристика оружия
1	2
Информационно-психологическое оружие	Информация, со средствами ее производства, презентации и распространения, структурированная для обеспечения ее некритического восприятия в качестве побудителя и регулятора поведения объектами воздействия.
Психотропное оружие	Фармакологические препараты, наркотические вещества, химические составы, воздействующие на биохимические процессы в нервной системе человека я задающие уровни его бодрствования, активности, качества восприятия обстановки, характеристики психического здоровья.
Техно-психологическое оружие	Технические устройства, способные генерировать и направленно излучать электромагнитные волны с спектром частот, нарушающих биоэлектрические процессы головного мозга и периферической нервной системы и вызывающих сбои в психической деятельности человека.
Сомато-психологическое оружие	Технические устройства, химические составы и биологические рецептуры, вызывающие изменение в соматическом состоянии и физической активности людей и , на этой основе, стимулирующие развитие астенических психических состояний и импульсивных моделей поведения

Психотронное оружие	Люди, обладающие паранормальными способностями (телепаты, экстрасенсы, ясновидящие и др.), а также технические устройства (психотронные генераторы, резонаторы и др), позволяющие управлять психическими процессами , состояниями и поведением других людей, на новом качественном уровне решать задачи разведки, связи и управления

В настоящее время во многих странах мира информационно-психологические средства осуществления ПсО рассматриваются в качестве приоритетных при достижении военных целей. Для их разработки и практического применения привлекаются значительные материально- технические ресурсы, известные ученые, политики, деятели культуры и искусства, высококлассные военные специалисты. К числу основных средств информационно-психологического воздействия в системе ПсО относятся следующие.

1. Печатные средства: листовки, плакаты, газеты, информационные бюллетени и др., средства их производства (полиграфическая база) и распространения.

Листовки, исходя из своего, предназначения, издаются разных размеров и на различном материале. В американской армии для их распространения используются артиллерия (105 и 155 мм снаряды 81-мм мины, агитационный реактивный снаряд), авиация (вразброс через двери в люки вертолетов и самолетов; свертки или коробки с вытяжными тросами специальные пластиковые бомбы. Ml29 El; беспилотная управляемая ракета, доставляющая на цель до 500 кг груза; самораскрывающиеся авиационные пакеты (5000 листовок), авиа-контейнеры (до 50 кг листовок) воздушные баллоны DG-100 (вмещающие 1300 листовок и доставляющие их на расстояние до 2400 км); воздушные шары (высота полета - до 24 км, дальность полета - до 9 600 км, полезная нагрузка - до 200 кг, сброс груза на высоте - 9000 м); плавающие водонепроницаемые контейнеры из дерева, бамбука, пластика, стекла, целлофана для применения на океанах, морях, озерах, реках; агенты, диверсионные группы и др. Листовки также могут оставляться на местности отступающими войсками. О значении, которое придают листовкам специалисты

ПсО, говорят следующие факты. Во Вьетнаме для их распространения привлекалось по 10 самолетов в 4-х тактических зонах. Нередко для этих целей использовались самолеты В-52 и С-141. Во время войны в Персидском заливе (1990-1991 гг.) на иракские войска и население региона американцами было сброшено более 30 млн. листовок. По некоторым (опять же, как нам кажется, чрезмерно эйфоричным, с заметным пропагандистским «душком») оценкам 98% иракских солдат, сдавшихся в плен, читали американские листовки, 88% из них поверили в их содержание, 70% по этой причине сдались в плен[1]. При осуществлении информационно-психологического обеспечения операции войск. ООН в Сомали (декабрь 1992 года - май 1993 года) специалистами ПС0 было подготовлено 37 вариантов листовок и более десятка видов брошюр. Среди сомалийцев в «горячих точках» было распространено около 7 млн. листовок и 116 номеров газеты "Раджо"[2].

2. Важными средствами ПсО являются *радио и телевидение.* Сюда относятся стационарные и подвижные (автомобильные, самолетные, корабельные) радио- и телецентры (как штатные, так и захваченные у противника) с соответствующими программами вещания. Роль этих средств ПсО особенно возрастает в регионах, насыщенных радио- и телеприемниками, а также при вещании на малограмотное население. Так, например, при проведении ПсО по подготовке вторжения, на Гаити (1994гг.), именно, радио и телевидение несли основную нагрузку в системе информационно-психологического воздействия на население страны В печении короткого времени в г. Вашингтон с военной базы Форт-Брэгг была переброшена команда военно-информационной поддержки, укомплектованная специалистами 4-ой группы ПсО и гражданскими специалистами по креольскому языку. Через 5 часов после прибытия эта группа во взаимодействии с находящимся в изгнании президентом Гаити Ж.- Б. Аристидом начала подготовку радиопрограмм и листовок. Для организации вещания были созданы «Радио и телевидение Демократия» и «Радио средние волны 940», которые начали работать по 10 часов в сутки за 2

---

[1] П л о т н и к о в И.Д. Психологические операции: цели, задачи, содержание. (По оиылу локальных войн и конфликтов) // Военная мысль. 1994 №4. С,63-69.

[2] Егоров А. Информационно-психологическое обеспечение операции ООН в Сомали // Зарубежн. воем, обозрение. 1993. С.9-12.

месяца до начала военной операции. Экс-президент Аристид ежедневно обращался к народу. Для расширения возможностей психологической обработки среди населения острова было распространено около 10 тыс. транзисторных приемников с фиксированной частотой, настроенной на волну ПсО.[1] В ходе операций «Щит в пустыне» и «Буря в пустыне» на личный состав иракской армии только в прифронтовой зоне круглосуточно вели передачи 6 широковещательных станций. В целях увеличения потенциальной аудитории среди военнослужащих и населения региона с помощью кочевников и авиации было распространено 150 тыс. малогабаритных приемников с фиксированной частотой. Одновременно с радио- и телевещанием в интересах ПсО, как правило, применяются средства РЭБ, подавляющие теле- и радиостанции противника. К примеру государственная радиостанция Ирака «Голос Багдада» была парализована по существу на протяжении всего периода военного противостояния в регионе.

В последних боевых событиях органами ПсО широко используются *средства вхождения в боевые радиосети* противника с целью сбора необходимой информации, передачи дезинформации, распространения панических слухов и настроений. Так, например, чеченские специалисты подрывных акций порой свободно оперировали в своей пропаганде фамилиями наших военнослужащих, подробностями из жизни воинских частей и подразделений, а иногда - весьма успешно дезинформировали руководителей наших войск различного уровня именно благодаря эффективному применению средств радиоперехвата, вхождения в радиосети и РЭБ.

3. Кино-, видеофильмы, аудиоматериалы и другие носители видео- и аудиоинформации, рассчитанные как на убеждающее так и на внушающее воздействие. Например, в ходе военных событий в зоне Персидского залива среди населения Иордании, Саудовской Аравии и других государств распространялись видеокассеты с материалами изображающими С. Хусейна тираном иракского народа и раскольником, разрушающим единство арабского мира. В то же время они содержали сюжеты, пропагандирующие

---

[1] М и х а й л о в Б. Психологические операции ВС США в конфликтах малой интенсивности //Зарубежн. воен. обозрение. 1996. X

могущество и справедливость США.

4. Одним из самых эффективных средств информационно-психологического воздействия на противника в рамках тактических ПсО является *звуковещание.* Оно осуществляется, с помощью звуковещательных станций (ЗС) и других средств усиления голоса, в том числе переносных, смонтированных на джипах, грузовиках, танках, БТР, вертолетах, самолетах. Громкоговорители на грузовиках используют преимущественно в тыловых районах, на танках - для сопровождения наступления, переносные и на малых машинах - для позиционного вещания.

О масштабах использования средств звуковещания свидетельствует такой факт. В. распоряжении оперативного формирования ПсО, обеспечивающего поддержку сил вторжения на Гаити находились 23 мобильные ЗС. Непосредственно перед началом вторжения на остров, американских войск с помощью ЗС, установленных на вертолетах, население Гаити было проинформировано о договоренности с хунтой по вопросу мирной передачи власти. Одновременно в местах скопления населения, работали ЗС на автомобилях и переносные, переброшенные на вертолетах. Всего за время осуществления ПсО было проведено ^ 760 выездов автомобильных ЗС и 67 вылетов вертолетов, оснащенных ЗС[1]. На эффективность, этого средства подрывного воздействия указывает следующий факт, Военный гарнизон одного из иракских островов, насчитывающий около 2000 человек, сдался без боя после обработки его американцами с помощью ЗС, расположенных на борту вертолета.

5. Результаты информационно-психологического беспечения миротворческой операции американских войск в Боснии и Герцеговине свидетельствуют о возрастающей роли *компьютерных средств* и, в первую очередь глобальной компьютерной информационной сети Интернет, в качестве средства влияния на людей. Так, в период подготовки выборов на названной территории специалисты ПсО США через каналы этой системы давали информацию, нацеленную на формирование позитивного образа США и НАТО в урегулировании боснийской проблемы. Отмечаются факты передачи через Интернет листовок, плакатов и даже газеты «Тэлон» (официального органа американского

---

[1] М и х а й л о в Б. Психологические операции ВС США в конфликтах малой интенсивности // Зарубежн. воен. обозрение 1996. №8,С 2-6

военного контингента)[1].

Видимо правомерно предположить, что роль Интернета как универсального канала информационно-психологического воздействия на большие массы людей будет постоянно возрастать. Ведь уже сегодня ее пользователями являются около 40 млн. человек более, чем в 100 странах. Предполагается, что к 2000 г. их число увеличится до 150 млн., а к 2010 г. - более, чем до 1 млрд[2].

Учитывая это, спецслужбы США, на «всякий случай» организовали составление единого электронного каталога известных на сегодняшний день программных средств вывода из строя компьютерных сетей противника. В настоящее время известно более 8000 компьютерных вирусов, в том числе около 3000 опасных. Ежемесячно их число увеличивается на сотни единиц[3]. И все это, при желании, может быть весьма эффективно использовано в интересах информационного противоборства.

6. Как показывает практика, весьма эффективным средством информационно-психологического воздействия, в первую очередь на население в зоне боевых действий, служат *предметы повседневного обихода,* продукты питания, игрушки, спортивные принадлежности и т.п. с соответствующим информационным сопровождением. Так, в 1945 г, над Германией сбрасывались зажигалки с инструкциями о поджогах, в Корее распространялись взрывающиеся карандаши и ручки, во Вьетнаме - одночастотные транзисторные приемники, в Гаити - бейсболки, спортивные майки, футбольные мячи, в регионе Персидского залива - майки, аудиокассеты и т.п.

7. Сравнительно новым средством психологического воздействия, которое может найти широкое применение в практике ПсО, являются *синтезаторы (генераторы) голографических и звуковых эффектов в атмосфере.* По данным зарубежных средств массовой информации в ряде стран разрабатываются проекты

---

[1] М и х а й л о в Б.И. Яркая интеллектуальная победа. Информационно-психологическое обеспечение контингента войск США в Боснии и Герцеговине // Независимое военное обозрение. 1997 №5.

[2] См. М о д е с т о в С. «Глубокая оборона» по-американски // независимое военное обозрение. 1997. №9.

[3] См.: М о д е с т о в С. Война, к которой готовится Америка. Эволюция вооруженной борьбы в эпоху информатизации //Независимое военное обозрение. 1996. №5.

установки на действующих спутниках лазерно-световых комплексов, способных проецировать на облака различные изображения. Как известно, облака являются прекрасным естественным экраном, расположенным на высоте 60-80 км от поверхности земли. Спроецированное на них изображение будет отчетливо видно на удалении 100-150 км. Первая попытка проекции на облака была предпринята еще в 1915 г. Тогда на одном из участков российско-германского фронта над позициями наших войск с помощью прожекторов на облака проецировалось изображение Богоматери. Очевидцы этих событий рассказывали о сильном психологическом эффекте этой акции. Другой случай подобного рода отмечен в 1993 г. в Сомали. Средства массовой информации сообщали, что 1 февраля группа морских пехотинцев США, действовавших вблизи г. Могадишо, заметила в клубах пыли и песка изображение лица Иисуса Христа размером, примерно, 150 на 150 м. Описывая свое психическое состояние, пехотинцы говорили, что они плакали, стоя на коленях и в течении длительного времени не смогли продолжить выполнение боевой задачи.[1] Неожиданное созерцание образов святых, чудовищ (драконов, ящеров, мутантов и др.) или иных незнакомых явлений может оказать сильное психологическое воздействие на людей, причем как мобилизующего, так и деморализующего порядка. Современный уровень развития аудиотехники дает возможность использовать синтезаторы голоса, звуков, шумов, отличающихся большой значимостью для людей. Например, военнослужащие неожиданно могут услышать голос известного политического деятеля своей страны, призывающего их оставить поле боя или даже повернуть оружие против своих сослуживцев.

8. В ходе осуществления ПсО часто используется такое, мощное средство подрыва морального духа противника, *как вспомогательная деятельность.* Сюда относят: демонстрацию силы; повышение степени готовности войск или их переброска в «кризисные» районы; программы гражданских действий; инициация гражданского неповиновения, митингов, демонстраций, в «стане» противника; программы в области образования, сельского, хозяйства, медицины на территории противника; некоторые способы боевых действий.

---

[1] См.; Д а н и л о в Н. От чего плакал спецназ // Ориентир. 1996. №12.С. 46.

Так, например, «психические атаки» офицерских частей белой армии являлись именно таким средством психологического давления на красноармейцев, ибо в тактическом отношении они были абсолютно бессмысленны. Ярким примером вспомогательных действий может служить предпринятый США в 1942 г. рейд на Токио авиационного корпуса под командованием генерала Дулиттла. Какого-либо военного значения он не имел, но психологический эффект был существенным. Японцы впервые задумались о своей уязвимости. Миф о их тотальном превосходстве и непобедимости был подорван.

Психотропное оружие, как возможное в перспективе средство ПсО, базируется на использовании механизма изменения биохимических характеристик процессов нервной системы человека, посредством введения в его организм фармакологических препаратов, наркотических веществ, ядов в концентрациях , вызывающих необходимые психические реакции, состояния и поведение. Те группы психотропных веществ и составов, которые с наибольшей вероятностью могут быть привлечены для использования в ходе войны приведены в табл. 3.

Таблица 3.

Психотропные средства, пригодные для использования в военных целях

Название	Назначение средства
1	2
Фармакологичес-кие препараты: 1. Психолептики	Лекарственные препараты подавляюще и успокаивающе воздействующие на центральную нервную систему, а в случае увеличения дозы, препятствующие эмоционально-волевой мобилизации личного состава противника перед боем, вызывающие состояние сонливости, вялости и даже сон в процессе решения боевых задач.
2. Психодизлеп-тики	Вещества, дезорганизующие деятельность мозга, процессы восприятия обстановки, принятия решений, выполнения действий.

3. Психоаналептики	Стимуляторы активности, боеспособности, стенического настроения своих войск.
4.Психоэнергизаторы	Средства, позволяющие военнослужащим быстро восстанавливать израсходованную энергию, мобилизовать внутренние ресурсы для поддержания высокой боевой активности.
5.Ноотропы	Препараты, способствующие быстрой адаптации воинов к сложным условиям боевой обстановки.
Боевые отравляющие вещества в сублетальных дозах: 1 Нервно-паралитического действия	ОВ, препятствующие осуществлению психической деятельности военнослужащего, ведущие к полной утрате возможности управлять своим поведением.
2.Психотомиметического действия	ОВ, дезорганизующие работу мозга, вызывающие психические расстройства, сопровождающиеся галлюцинациями, нарушениями памяти, мыслительных и эмоциональных процессов, общим психомоторным возбуждением, бредом.
3. Раздражающего действия	ОВ, вызывающие раздражение слизистых оболочек органов чувств военнослужащих и временно лишающие их способности ориентироваться в элементах боевой обстановки.

Как видно из таблицы психотропные Средства способны решать широкий спектр задач по снижению боевых возможностей противника и оптимизации психических характеристик военнослужащих своих частей и подразделений. По мнению доктора Юдовски из университета Бэйлора (США)

«...психофармакология сегодня находится на грани революции. Если раньше она ориентировалась исключительно на создание лекарств для лечения психически больных, то теперь создаются препараты для изменения разума нормальных людей в нужную сторону, с заранее заданными параметрами поведения»[1].

Психотропные средства могут применяться в виде аэрозолей, порошков, таблеток в газообразном состоянии.

Техно-психологическое оружие, некоторые образцы которого ускоренными темпами разрабатываются на Западе, основывается на механизме изменения биоэлектрических процессов в головном мозге человека путем воздействия на него электромагнитными излучениями определенной частоты и интенсивности. В качестве источников таких излучений могут применяться различного рода генераторы, резонаторы и другие технические устройства (см. табл. 4.).

Таблица 4.

Средства техно-психологического воздействия на военнослужащих[2]

Название средств	Краткая характеристика средства
1	2
СВЧ-генераторы	Устройства, предназначенные для формирования излучений сверхвысокой частоты, воздействие которых на мозг вызывает ощущение тяжело переносимых шумов и свиста и ведет к временной утрате человеком способности ориентироваться в обстановке, взаимодействовать с окружающими, управлять собственным поведением.
Генераторы инфразвука	Устройства, генерирующие упругие волны низкой частоты (ниже 16 Гц), которые при воздействии на ЦМС, вызывают расстройство координации движений, судороги, рвоту, поражение внутренних органов, безотчетное чувство страха.

[1] Цит. по: О современных исследованиях в области «несмертельного оружия» // Иностранная печать об экономическом, научно-техническом и военном потенциале государств-участников СНГ н технических средствах его выявления. М., 1996. №5. С.25.

[2] Составлена по: В ы б о р н о в С. Несмертельное оружие // Зарубежн. воен. обозрение. 1993. №4; О современных исследованиях в области «несмертслыюго оружия» // Иностранная печать об экономическом, научно-техническом *и* военном потенциале государств- участников СНГ и технических средствах его выявления. М., 1996. №5.

Источники некогерентного света	Устройства, предназначенные для формирования ярких световых вспышек с заданными частотными и амплитудными характеристиками, которые при воздействии на человека, ведут к ухудшению общего самочувствия, появлению симптомов предшествующих эпилептическому припадку, временному ослеплению.

В основе другого перспективного средства ПсО - сомато-психологического оружия лежит принцип психофизического параллелизма, определяющий взаимосвязь внутренних (психических) процессов и внешних (физических) проявлений по виду: «Внутреннее проявляется во внешнем, внешнее отражается во внутреннем». Другими словами, речь идет о том, что конкретное состояние организма, тела человека во многом обусловливают его психические состояния, эмоции, мотивы и модели поведения. Следовательно, целенаправленно изменяя соматическое состояние человека можно, в известной степени, корректировать его психологические характеристики Необходимо подчеркнуть, что к сомато-психологическому оружию следует относить только те формы воздействия на людей, которые ориентированы именно на целенаправленное изменение его психических состояний и поведения и в которых телу отводится роль средства.

Таблица 5

Виды
сомато - психологического оружия

Название оружия	Краткая характеристика оружия
1	2
Лазерное оружие	Лазерные генераторы и устройства, применяемые для временного ослепления военнослужащих войск противника
Средства обездвижения людей	Быстро затвердевающие суперклеСВЫе составы, распыляемые над войсками противника и приклеивающие людей к боевой технике, почве, друг к другу.

Средства постановки “психологичес-ких заграждений”	Генераторы трудно переносимого шума, составы с непереносимым запахом, перцовые, слабительные, рвотные и др. аэрозоли, распыляемые нал определенной территорией и создающие условия, невозможные для пребывания на ней войск противника и других людей.
Биологическое оружие нелетального действия	Микроорганизмы, искусственно выведенные насекомые, вызывающие недомогания (плохое самочувствие, чесотку, нестерпимый зуд, обширные язвы и др.) и заболевания, препятствующие ведению войсками противника активных боевых действий и способствующие их деморализации.
Экологическое оружие нелегального действия	Средства создания и поддержания в течении длительного времени погодно-климатических условий, крайне неблагоприятных для жизнедеятельности войск противника.

Оружие сомато-психологической группы можно считать одним из наиболее разработанных по сравнению с другими средствами воздействия на психику людей в военных целях. Имеются сведения о созданий в США лазерной установки “Стингрэй” на базе БМП “Брэдли”, лазерных ружей “Дэйзер” и “Кобра”, способных достигать эффекта трехминутного ослепления человека на расстоянии до 1 км., о разработке лазерных пистолетов. Психологическое действие лазера основывается на особом, страхе человека перед слепотой. Отдельные виды сомато-психологического оружия (перцовые, слезоточивые и др. средства) давно- и широко используются в практике проведения военно-полицейских операций против повстанцев, для разгона несанкционированных митингов и демонстраций во многих странах. Так же отмечаются факты применения против мирного населения так называемых «мягких» средств воздействия - воздушных и водяных пушек, действие которых носит явно выраженный психологический эффект.

Естественно, не могут не сказаться на настроениях, впечатлениях, боевой активности и случаи применения

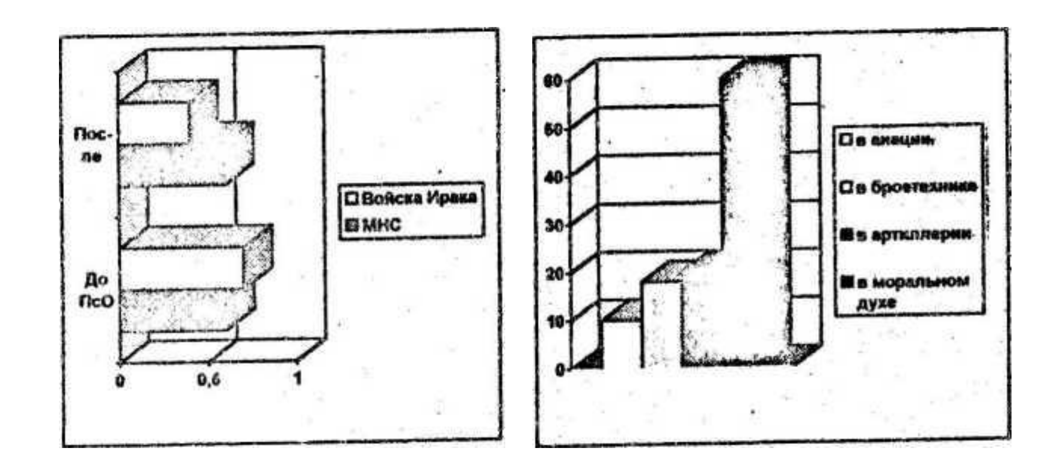
противником других видов нелетального оружия, сопровождающихся остановкой боевой техники, выходом из строя систем связи и управления, приборов наблюдения и разведки. Однако в этом случае психологический эффект будет носить побочный характер и не рассматриваться в качестве основной цели использования данных средств.

Строго говоря, манифестировать психотронное оружие несколько преждевременно. В нашем распоряжении нет достоверных данных о создании его хотя бы экспериментальных, но действующих образцов. Однако, в средствах массовой информации, научной и научно-популярной литературе имеется немало указаний на то, что уже неоднократно предпринимались попытки использовать паранормальные (сверхестественные) возможности людей-уникумов для решения военных задач. Так, например, сообщалось о том, что во время боевых событий в зоне Персидского залива в штабе генерала Шварцкопфа находилась группа телепатов, используемая для оказание целенаправленного влияния на психическое состояние, здоровье и поведения президента Ирака. Также неоднократно в мировой прессе обнародовались данные о якобы успешно проведенных научных экспериментах по изучению феноменов экстросенсорного восприятия и связи в военных целях[1].

Перечисленные средства ПсО применяются, как правило, массированно и обеспечивают значительное психологическое воздействие на людей. Нередко их эффективность сравнивают с эффективностью оружия массового поражения. Некоторым Подтверждением этому могут служить боевые события, связанные с войной в Персидском заливе. Тогда тщательно спланированная и квалифицированно проведенная ПсО в корне изменила американское общественное мнение в пользу проведения военной акции против Ирака. Так, если до ее начала лишь 10% американцев одобряли идею Применения военной силы, то после проведенных информационно-психологических Мероприятий такую позицию занимали уже более 80%. из них. Результатом беспрецедентной

[1] .См: Винокуров И., Гуртовой Г. Психотропная война от мифов к реалиям. М., 1993; Волков О. «Психическое оружие» не найдено. Но 500 миллионов истрачено//Комсомольск, правда. 1991 27 сентября; Фролов Д. Биоэнергетика под ружьем. Правительство давало добро на разработки в экзотических областях // Независ. газета. 1991 19 ноября; Павлычев В. Психотропное оружие, миф или реальность // зарубежн. воен. обозрен 1994. № 2. С. 17-20.

информационно-психологической акции стал раскол некогда единого арабского мира. Часть арабских государств заняла нейтральную позицию в конфликте, а некоторые из них выступили даже в качестве военных противников Ирака. Благодаря ПсО заметно изменилось и соотношение сил сторон в войне (См. рис. 2). Из рисунка видно, что первоначально соотношение сторон по живой силе было 0, 85 к 1 в пользу Ирака (600 000 военнослужащих МНС к 700 000 иракских войск). Для создания наступательной группировки руководству МНС требовалось дополнительно перебросить в район боевых действий порядка 1 500 000 солдат. Однако было принято иное решение. В течение 4 месяцев иракские войска подвергались массированной ПсО, в результате которой они, по оценке американских психологов, были деморализованы на 40-60%. Таким образом, соотношение по живой силе удалось изменить до 2,1 к 1 (то сеть, в 2,5 раза) в пользу МНС. О возможностях ПсО говорит и сравнительный анализ ее эффективности с эффективностью боевых средств. Так, потерн иракских войск составили: в авиации - 10%, в бронетехнике - 18%, в артиллерии - 20%, тогда как в морально-психологическом состоянии - 40-60%[1].



Рие.2. Соотношение сил в зоне Персидского залива

Рис. 3. Потери Ирака

Эффективно проведенная ПсО позволила США в 1994 году

[1]Черкасов А.В. Фронт без выстрелов. Информационно-психологическое противоборство в локальных конфликтах // Независимое военное обозрение 1997. №3.

практически без потерь осуществить военное вторжение на Гаити.

Таким образом, если традиционные средства войны используются для поражения и физического уничтожения противника, то ПсО имеют целью посеять в его войсках сомнения, нерешительность, страх, панику, сломить их волю к сопротивлению, достичь абсолютного морально-психологического превосходства над неприятелем. В настоящее время наиболее развитые армии мира обладают значительным потенциалом информационно-психологического воздействия на противника, который является важной составляющей их военной мощи и одним из средств достижения победы в современной войне.

3. Пути противодействия информационно-психологическому воздействию противника

Знание целей, задач, методов и средств осуществления ПсО в современной войне позволяет определить необходимые и эффективные меры по противодействию психологическим мероприятиям противника, направленным на подрыв морально-психологического состояния, дезинформацию и деморализацию личного состава, дезорганизацию боевой деятельности наших войск.

Эффективность работы по противодействию психологическим диверсиям противника будет в решающей степени зависеть от того, насколько удастся на практике реализовать принципы упреждения, доходчивости и эмоциональной насыщенности проводимых мероприятий. То есть результаты противодействия будут определяться тем, в какой мере командиры, их заместители по воспитательной работе, военные психологи учтут закономерности функционирования психики в боевой обстановке.

Защита войск от ПсО противника представляет собой систему мероприятий по прогнозированию, профилактике, оценке срыву информационно-психологического воздействия противника на наши войска и население и ликвидации его негативных последствий.

Прогнозирование ПсО противника заключается в превентивной оценке командирами, штабами, органами

воспитательной работы *сил и средств* подрывных акций, которыми может располагать реальный или потенциальный противник. При этом следует исходить из нормативных положений полевого устава армии США FM33-1, определяющего, что для непосредственной поддержки боевых действий АК выделяется батальон, а дивизии (бригаде) – рота ПсО. В основу прогнозирования должны быть также положены и данные о штатной структуре этих подразделений. Так, например, в роте ПсО кроме редакционного взвода, осуществляющего разработку информационных материалов тактического уровня, имеются типографский взвод и взвод звуковещательных станций. Такая структура позволяет роте ежесуточно производить порядка 500 тыс. листовок и вести одновременную работу 14 ЗС. Исходя из этого можно предположить, что наши части и подразделения, решающие главные задачи обязательно подвергнутся массированному информационно-психологическому воздействию противника. Районы сосредоточения, пути выдвижения, боевые позиции будут плотно залистовываться, подвергаться радиовоздействию, а войска, находящиеся в обороне попадут в зону активного звуковещания. Кроме того, как показывает опыт боевых действий в Корее, Вьетнаме, Афганистане, в населенных пунктах, на маршрутных движениях войск возможно разбрасывание минирадиоприемников в противоударной упаковке, настроенных на частоту станций органов ПсО, авторучек, зажигалок с соответствующей информацией, а нередко и взрывными устройствами.

Важным моментом прогнозирования является определение *каналов* информационно-психологического воздействия на личный состав наших частей и подразделений. При этом следует предположить, что войска, находящиеся в пунктах постоянной дислокации могут быть подвергнуты воздействию всех известных информационно-психологических средств. Наступающие части и подразделения, видимо, в большей степени испытают радиовоздействие посредством вхождения противника в сети боевого управления наших войск, встретятся с листовками, оставленными на покидаемых им позициях, видеоэффектами в атмосфере, подвергнутся воздействию оружия несмертельного действия (в частности, психотропного). В ходе совершения марша наиболее эффективными каналами подрывного воздействия на войска могут стать: вхождение противника в боевые радиосети

наших войск в целях их дезинформации и распространения панических слухов; залистовывание районов привалов, мест расположения комендантских служб, населенных пунктов, районов сосредоточения.

Командиры, штабы, заместители командиров по воспитательной работе должны выделить *потенциальные объекты* наиболее интенсивного психологического воздействия противника. Как показывает практика, специалисты подрывных акций подходят дифференцированно к аудиториям. на которые осуществляется их влияние. Так, при проведении ПсО в Гаити среди местного населения было выделено 20 самостоятельных объектов, воздействие на которые строилось с учетом их социальной, социально-психологической и психологической специфики.

Опыт свидетельствует о том, что специалистами ПсО в войсках противника, как правило, выделяются следующие объекты воздействия: солдаты и сержанты; контрактники; военнослужащие-женщины, офицеры; генералы; представители конфликтующих этнических, политических и конфессиональных групп; военнослужащие из пополнения; те, кто длительное время бессменно участвует в боевых событиях; лица, работающие на средствах связи и др.

Важным моментом прогнозирования является определение возможной *тематики и символики* ПсО противника с целью упреждения, снижения их эффективности или нейтрализации. Например, по взглядам военных психологов США, наибольший ущерб моральному духу войск наносят такие факторы, как опасность, дискомфорт, недостаток пищи, отсутствие боевого опыта, негативное отношение к целям и действиям руководителей, недовольство командованием и др. Следовательно, именно эти явления будут эксплуатироваться в процессе информационно-психологического воздействия на наших военнослужащих. Ясно, что специалисты ПсО не упустят возможности идеологически и психологически обыграть такие события и факты, как: возможные поражения и большие потери наших войск; недостатки в их материально-техническом обеспечении; неблагоприятные события в стране; низкий уровень подготовки личного состава; просчеты в информировании военнослужащих; факты дезертирства, предательства и др. Необходимо предусмотреть возможную степень уязвимости наших войск перед пропагандой и

психологическими действиями противника, выявить группы и отдельных воинов, которые в наибольшей степени могут быть подвержены деморализации.

Оценка осуществляющейся противником информационно-психологической акции заключается в выявлении ее истинных целей и объектов. Планируя такие акции, специалисты ПсО будут нацеливать ее на дезинформацию, запугивание, изменение настроений, системы отношений, желаний, активности, схем поведения наших военнослужащих. Как показывает опыт, важнейшей задачей ПсО выступает дезинформация противника. Так, например, стремясь ввести в заблуждение иракские войска относительно места сосредоточения основных усилий, американцы с помощью самых разнообразных средств создавали иллюзию подготовки к высадке морского десанта на побережье Кувейта. Дезинформация шла по нескольким направлениям. Во-первых, в СМИ сообщалось, что наземной кампании против Ирака будет обязательно предшествовать высадка крупных сил морского десанта, в частности, морской пехоты. Во-вторых, осуществлялось демонстративное уничтожение песчаных отмелей и рифов в водах Персидского залива. В-третьих, было организовано, «случайное» прибитие приливом к берегам залива тысяч пластиковых бутылок из-под минеральной воды и сока, которые выдавались американским военнослужащим в зоне боевых действий. Последнее убедило иракцев в том, что где-то там, в море в полной готовности к бою выжидает своего часа крупный отряд морских пехотинцев. В-четвертых, было предпринято подавление некоторых огневых точек иракской армии на побережье и др. Под воздействием этой дезинформации иракское руководство перебросило на приморское направление 5 дивизий и оставило без должного прикрытия именно тот участок, на котором планировалось и было успешно осуществлено наступление сухопутных частей МНС. Командование иракской армии было полностью дезинформировано и возможных сроках начала наступления МНС. В немалой степени этому способствовала широкая дискуссия во многих СМИ о том, что американские части будут готовы к «дневной войне» лишь к середине февраля, а к «ночной» - к началу марта.

Этот пример еще раз указывает на то, что важным моментом противодействия психологическим операциям является их

всесторонняя оценка как с точки зрения возможных тактических, оперативных, стратегических последствий, так и в плане возможного влияния на морально-психологическое состояние личного состава наших войск. Это особенно значимо потому, что специалисты ПсО нередко проигрывают своеобразную многоходовую комбинацию, нацеленную на отдаленный эффект. В этом случае определение общего замысла операции дает командирам, штабам, органам воспитательной работы возможность взять инициативу в свои руки.

В интересах **профилактики** эффективного психологического воздействия противника следует особое внимание уделять *разъяснению* военнослужащим истинных целей, задач, тематики, форм, методов, технических средств осуществления ПсО. Как показывает опыт, хороший профилактический эффект дает ознакомление военнослужащих с конкретными фактами, свидетельствующими об изощренных приемах, методах и последствиях подрывных акций противника. Так, развития негативных реакций и поведения военнослужащих можно и (бежать, заранее предупредив их о возможности применения противником так называемых «зараженных», «радиоактивных» листовок, психотропных средств и т.п. Вековая народная мудрость сформулировала две закономерности восприятия человеком явлений окружающего мира, гласящих: «Чего не знаю – того боюсь» и «Предупрежденный - защищен».

Практика показывает, что если в экстремальной обстановке внезапно наступает событие, по отношению к которому у человека нет опыта реагирования, его поведение становится непредсказуемым. О том, с какими ухищрениями могут встретиться наши военнослужащие во время войны свидетельствует листовка, психологическое воздействие которой изучалось в ходе одного из учений армии США. В ней утверждалось: «Это не листовка, призывающая вас к сдаче в плен. Вас не просят сдаваться – вы сами будете вынуждены в течение часа прибыть к американцам за помощью. Этот простой кусочек бумаги радиоактивен. Пока вы читаете эти строки, через ваши пальцы пройдет достаточное количество рентгеновских лучей, чтобы создать в теле смертельную дозу радиации. Листовка специально обработана для того, чтобы умертвить вас в течение нескольких часов, если вы не перейдете к нам и не обратитесь за помощью. Мы гарантируем вам

спасение». Ясно, что влияние такой информации на психологически неподготовленного военнослужащего может быть шокирующим. Знание же о самой возможности подобной провокации существенно снизит ее психологический эффект.

Предупреждение эффективного «срабатывания» ПсО предполагает надежное *перекрытие каналов* психологического воздействия на личный состав. Здесь важно держать под постоянным контролем людей, чья деятельность связана с приемом и передачей информации (связистов, посыльных и др.). Они могут стать сначала объектами, а затем и передаточным звеном дезинформации. Практика показывает, что в боевых условиях нецелесообразно разрешать военнослужащим иметь личные радиоприемники. Опыт Великой Отечественной войны, боевых действий в Афганистане подтвердил необходимость назначения в каждом подразделении ответственных лиц, а в частях – специальных команд по сбору и уничтожению листовок противника. Зарубежные специалисты, как уже отмечалось, считают листовки наиболее эффективным средством психологического воздействия на людей. Поэтому закрытие этого канала влияния на воинов, позволит снизить действенность ПсО. Особое внимание командиров, военных психологов должно быть уделено военнослужащим, потенциально наиболее подверженным психологическому воздействию. К ним можно отнести людей с заметной нервно-психической неустойчивостью, е высокой «психосоматической проводимостью» (то есть мнительных) и тревожностью, которые в сложных ситуациях нередко становятся индукторами паники.

Эффективными способами предупреждения негативных последствий в этом случае являются: *назначение наставников* из числа опытных психологически устойчивых воинов к военнослужащим, потенциально подверженным психологическому воздействию противника с целью оказания психологической поддержки; включение последних в «тройки» и «пятерки» воинов, нацеленные для решения конкретных задач; проведение с ними индивидуальной работы и обучение приемам психической саморегуляции и др.

Снижению эффективности психологических акций противника способствует непрерывное, объективное, психологически целесообразно структурированное боевое и

политическое информирование военнослужащих. Помня о специфике действия психологических механизмов восприятия человеком информации (эффектах первичности, авторитета, возложения ответственности и др.) командирам необходимо упреждать противника в информировании своих подчиненных о военных, политических и боевых событиях, изменениях обстановки; активнее привлекать для этого специалистов (психологов, пропагандистов и др.); свидетелей событий (беженцев, бывших военнопленных, воинов, уже принимавших участие в боях с противником, познавших его тактику действий), своевременно разъяснять причины неудач и просчетов.

Известный военачальник времен Великой Отечественной войны М. Е. Катуков в этом отношении отмечал: «Должен особо подчеркнуть, что мы старались говорить бойцам только правду о нашем положении, как бы горька она не была. Ничто так не действует на моральное состояние бойца, как сладенькая полуправда, которая потом трещит по швам под напором фактов. Мы старались воспитывать своих бойцов так, чтобы они понимали; победа или поражение – это не результат указаний свыше, это - твоя победа, твое поражение»[1].

Видимо сегодня нельзя пренебрегать и опытом информационно-психологического противодействия, накопленным в годы второй мировой войны нашим противником. Известно, что стремясь обеспечить идейнопсихологическую защищенность своих военнослужащих от советской пропаганды фашистские лидеры организовали дело так, что практически весь личный состав прошел курс «национал-социалистской подготовки», состоящий из 16 занятий («германский народ», «германская империя», «германское жизненное пространство» и «национал-социализм»), и постоянно снабжался фашистской литературой (каждая рота получала журнал «Вермахт», по 10 газет и серийную массовую литературу «Торнистеишрифт» («для солдатского ранца»))[2].

Командирам, должностным лицам Штабов и органов воспитательной работы следует предусмотреть вполне конкретные меры на случай применения противником психотропного и других

---

[1] Катуков М.Е. На острие главного удара. М.: Воениздат,1979. С. 44.

[2] См: Политическая работа среди войск и населения противника в годы Великой Отечественной войны. С. 11.

видов оружия несмертельного действия. С этой целью у каждого военнослужащего должны быть проверены наличие и исправность средств индивидуальной защиты, защитные очки, средства оказания первой помощи при ослеплении и отравлении и др. Подчиненных необходимо тренировать действиям в случае неожиданного выхода из строя боевой техники, средств связи, лишения возможности к передвижению на местности.

Срыв психологического воздействия противника на личный состав наших частей и подразделений достигается различными способами. Радикально решают эту задачу разведка, подавление и физическое уничтожение сил и средств ПсО противника. Однако это не всегда возможно. Поэтому необходимо активно включать военнослужащих в деятельность, не допускать потери бдительности, расслабленности, безделья, бесконтрольных контактов с гражданскими лицами Все агитационно-пропагандистские материалы противника должны немедленно собираться, изыматься у личного составами, после изучения, уничтожаются. Данные акции следует сопровождать индивидуальной и групповой разъяснительной работой с военнослужащими. Такая работа призвана сформировать у воинов негативное отношение ко всему тому, что предпринимается противником. При этом нельзя забывать о том, что не всякое действие противника требует механического опровержения, разоблачения Часть его пропагандистско-агитационных материалов может быть активно использована в контрпропагандистских целях, часть – просто проигнорирована. Нужно помнить и о том, что сегодня уже эмоционально и содержательно малонасыщенными являются заявления о «зверином облике», «кровожадности», «тупости», противника. Каждая такая формулировка должна обязательно подкрепляться конкретными аргументами и фактами.

Во время боевых действий на руку противника неосознанно могут играть некоторые средства массовой информации своей страны. Так например, сообщения СМИ США о том, что в район Персидского залива спешно перебрасываются плавучие госпиталя (американский «Мерси» и французский «Ла-Ранс» емкостью по 200 тыс. раненых в сутки), около 55 тыс. пластиковых мешков для транспортировки тел погибших, на некоторое время резко ухудшили морально-психологическое состояние участников операции «Буря в пустыне». Еще более ярким примером включения

СМИ собственного государства в систему ПсО противника является чеченские события. Поэтому командирам, их заместителям по воспитательной работе необходимо предусмотреть комплекс мероприятий по организации оптимального взаимодействия с СМИ (порядок предоставления им информации; организация контактов с военнослужащими; распространение среди военнослужащих печатных изданий и др.). Видимо в этом отношении весьма ценным может оказаться опыт взаимодействия руководителей американских частей в зоне Персидского залива с представителями СМИ. Им удалось соединить жесткую цензуру военного времени (война названа «самой закрытой» в нынешнем столетии) с беспрецедентным размахом организованного посещения журналистами мест дислокации войск. Этому в немалой степени способствовало создание прессцентров, в которых журналисты могли получить большой объём свежей, яркой и, одновременно тщательно «просеянной», «отшлифованной» информации. Гибкой и эффективной формой этой работы стали 40 «журналистских пулов», формировавшиеся в составе 4-5 представителей СМИ и офицера по связям с общественностью. Последний служил своеобразным цензором всей информации, поступающей в пул. В зависимости от симпатий или антипатий военные руководители регулировали тематику и объем информации, представляемой различным пулам. Так, из 1600 журналистов, аккредитованных в Саудовской Аравии, лишь 160 (преимущественно американских) получили право посещать зону боевых действий и интервьюировать военнослужащих. Однако даже им представлялись для беседы лишь тщательно отобранные и специально подготовленные офицеры и солдаты. Все эго обеспечило такое отражение боевых событий в СМИ, которое способствовало формированию благоприятного общественного мнения в США и других странах, а также высокого боевого духа войск.

Дня того, чтобы еще раз подчеркнуть всю пагубность недооценки значения работы с СМИ приведем такой пример. По оценкам специалистов российские военные средства массовой информации в ходе боевых событий в Чечне выглядели «почти беспомощными;...за месяц боевых действий федеральных войск официальная информация, исходившая из Министерства обороны, составила 5% всего объема сообщений, были дни. когда

Министерство обороны попросту молчало и не реагировало на явную клевету и дезинформацию, звучавшую из других источников информации; …армейская газета, ориентированная на войска в Чечне, стала выходить лишь спустя три месяца после начала активных боевых действий; из-за недостатка средств и фактически отсутствия эфирного времени на ТВ и радио, видео- и радиопрограммы, подготовленные Центральной телерадиостудией Вооруженных Сил РФ, выходили с опозданием, не в лучшие часы для зрителей, подчас с искаженными комментариями; Министерство обороны России оказалось не готовым к работе с гражданскими СМИ в боевых условиях»[1]. Во многом именно поэтому такое громкое звучание имели информационно-психологические акция боевиков, связанные с диверсиями в Буденовске и Первомайском, с распространением слухов о широкомасштабном привлечении Дудаевым снайперов-спортсменов в качестве наемников, о наличии у боевиков ракет и оружия массового поражения, об отслеживании чеченцами участников боевых действий (в первую, очередь летчиков) и визитах в их семьи, о возможности восстания против России всех кавказских народов и др. Многие из этих слухов опровергало лишь время.

Следует отметить, что *слухи* в практике ПсО считаются одним из наиболее мощных и эффективных средств воздействия на войска противника и населения. Они обладают свойством особой психологической заразительности, так как распространяются чаще всего знакомыми людьми, в доверительной форме, имеют особую эмоциональную окраску. Внушающая сила слухов возрастает прямо пропорционально росту дефицита информированности людей по поводу важнейших событий, явлений, фактов. Распространение слухов, особенно в среде с преобладающими состояниями тревоги, неуверенности, сомнений нередко сопровождается деморализацией военнослужащих, дезорганизацией их целесообразной деятельности. При организации противодействия ПсО противника необходимо уметь различать типы слухов. Специалисты подразделяют их на: слухи-

---

1.Черкасов А.В. Фронт без выстрелов. Информационно-психологическое противоборство в локальных конфликтах // Независимое военное обозрение 1997. №3.

желания, слухи-пугала, агрессивные слухи[1]. *Слухи-желания* распространяются в войсках противника в целях возбуждения у них в последующем сильного разочарования по поводу несбывшихся надежд, утраты веры в собственные силы и возможность благополучного исхода событий. Такое разочарованно отмечалось, например, у американских военнослужащих с началом боевых действий между США и Японией, когда не сбылись их надежды на то, что «японцам не хватит бензина даже на 6 Месяцев»[2]. *Слухи-пугала* нацеливаются на стимулирование в рядах противника тревоги, беспокойства, страха и даже паники. К их числу относится большинство из перечисленных выше пропагандистских фальшивок чеченских боевиков. *Агрессивные слухи* преследуют цель породить в стане врага состояние всеобщей подозрительности и взаимного недоверия среди людей, враждебности к тем или иным социальным группам и, тем самым, нарушить его единство. Используя такие слухи, интенсивно транслируемы российскими СМИ, чеченские специалисты по информационно-психологическим акциям практически убедили общественность страны в том, что обеими сторонами в конфликте управляют одни и те же люди в Кремле, что военные события в Чечне – источник обогащения некоторых слоев нашего общества и «раскрутки» имиджа ряда политических партий и групп. Учитывая огромный психологический эффект слухов, командиры, офицеры воспитательных структур должны принимать своевременные и исчерпывающие меры по их пресечению, выявлению источников распространения, разъяснению личному составу целей их действительных авторов.

Опыт боевых действий учит, что срыву психологического воздействия на противника служит также решительная *изоляция* военнослужащих, подразделений, а иногда и частей, подвергшихся деморализации, являющихся источником неуверенности, разлагающих слухов, паники, то есть – локализация негативных психологических явлений. А это, в свою очередь, требует осуществления непрерывного *контроля* индивидуальных и групповых мнений и настроений военнослужащих в связи с

---

1 См.: Социальная психология Краткий очерк/ Под ред. Г.П. Предвечного и Ю.А. Шерковина. М.: Политиздат, 1975. С 189-190.

2 См.: Там же. С. 189.

психологическими действиями противника и оказания целенаправленного поддерживающе-мобилизующего влияния на них.

Ликвидация последствий ПсО противника предполагает: анализ и оценку её результатов, причин эффективности, наиболее слабых мест в системе информационно-психологической защиты войск; проведение психореабилитационных мероприятий с пострадавшими воинами; восстановление организованности и боеспособности дезорганизованных воинских подразделений; применение соответствующих санкций к виновникам, паникерам, предателям; определение мер по оптимизации всей системы противодействия ПсО противника и др.

Противодействие и защита войск от ПсО является важной составной части морально-психологического обеспечения их боевых действий. Оно осуществляется командирами, штабами, органами воспитательной работы на всех этапах подготовки и решения боевых задач. Эффективность информационно-психологического противодействия будет выше тогда, когда оно планируется и осуществляется с учетом особенностей ПсО противника, реального морально-психологического состояния своих войск и складывающейся обстановки, ведется непрерывно и комплексно, учитывает психологические закономерности восприятия человеком информации и т.д.

Таким образом, ПсО в современной войне рассматриваются в качестве важного и эффективного средства достижения тактических, оперативных и стратегических целей. Они могут осуществляться как самостоятельно, так и **в** комплексе со средствами боевого поражения. Противодействие Псо предполагает осуществление прогнозирования, профилактики, срыва и ликвидации последствий информационно-психологического воздействия противника на личный состав частей и подразделений.

4.Отечественный опыт информационно-психологического воздействия на противника в годы Великой Отечественной войны

Опыт информационно-психологического воздействия на

противника[1] в годы Великой Отечественной войны интересен сегодня в силу нескольких обстоятельств. Во-первых, в настоящее время идет активная работа по теоретическому осмыслению и практической проработке отечественной системы психологической борьбы в современной войне, и любой опыт такой работы представляется полезным. Тем более, внимательное изучение проблемы свидетельствует о том, что часто именно российский опыт политической работы с войсками и населением противника лежит в основе некоторых виртуозных психологических операции спецслужб США и других государств. Во-вторых, отечественная система такой работы в годы войны строилась по остаточному принципу, на слабой материальной базе, что наблюдается и сегодня и, видимо, будет иметь место и в ближайшей перспективе. Поэтому именно опыт осуществления эффективной психологической борьбы с противником в условиях минимального материально-технического обеспечения представляется наиболее релевантным для построения теоретических концепции и организаций практической работы в этой сфере. И, в-третьих, изучение данной проблемы позволяет наглядно увидеть, что изобретение новых «колес» в области информационно-психологического воздействия на войска и население противника – не самый короткий, дешевый и целесообразный путь, так как эти «колеса» уже испытали свою надежность в годы самой кровопролитной войны в истории человечества. Тем более, как уже подчеркивалось, этот опыт бесценен и незаслуженно игнорируется в последнее десятилетие.

Рассмотрение практики деятельности отечественных органов спецпропаганды в годы Великой Отечественной войны, как представляется, должно быть предварено констатацией следующего факта. Несмотря на серьезную подготовку к военному столкновению с фашизмом, наша страна вступила в войну неподготовленной по многим параметрам, в том числе и в плане готовности к ведению информационно-психологического противоборства с противником. Об этом свидетельствуют ряд моментов. Во-первых, создание в конце 30-х годов системы

---

[1] Во время войны вся эта деятельность носила название «политическая работа среди войск и населения противника», позже она квалифицировалась как «слецпропаганда». По сути же она представляла собой единство пропагандистских и психологических акций.

органов информационно-психологического воздействия (отдел пропаганды среди войск и населения противника Главного управления политической пропаганды Красной армии - позднее седьмое управление Главного политического управления РККА и аналогичные отделы в управлениях политической пропаганды Западного, Киевского, Ленинградского особых, Одесского, Среднеазиатского, Забайкальского военных округов и дальневосточного фронта, отделения в армиях данных округов, старшие инструктора по пропаганде среди войск и населения противника политотделов дивизий) к началу войны завершено не было. В политических органах внутренних округов, авиации и Военно-морского флота она просто не создавались. Должности инструкторов по работе среди войск и населения противника предусматривались лишь в политотделах стрелковых дивизий. Подбирая кадры работников этих органов, военные и политические руководители нашей армии не рассчитывали, например, на то, что среди них необходимо иметь специалистов по многим европейским странам. Да и квалифицированных специалистов по немецкому языку в Вооруженных Силах практически не было. К примеру, Заявление Советского правительства в связи с началом войны просто некому было перевести на немецкий язык. Материальная база спецпропаганды находилась в плачевном состоянии. В войсках не было ни одной современной переносной звуковещательной станции, не хватало и уже морально устаревших мощных громкоговорящих установок, ощущался сильный дефицит передвижных типографий. Негативно сказалось на качестве этой работы и то, что мощные громкоговорящие установки были введены не в штаты политических отделов, а в штаты армейских полков связи. Можно сказать, что агитационные снаряды и мины были скорее экзотикой, чем полноправным средством спецпропаганды. Однако самым слабым звеном этой работы, на наш взгляд, являлось, несмотря на наличие соответствующих инструкций и материалов, отсутствие четких наработок в области формирования идеолог плоского и психологического портрета фашисткой Германии, ее армии, войск стран-сателлитов, разъяснения личному составу предвоенных политических маневров советского руководства. Господствовало, например, представление о том, что с началом фашисткой агрессии против «оплота мирового социализма», трудящиеся Германии восстанут против Гитлера.

Тем не менее, несмотря на все имевшие место трудности и нерешенные проблемы, органы спецпропаганды смогли быстро включиться в работу в военных условиях и внести существенный вклад в дело победы над противником. Подтверждением этому служат следующие данные:

– на третий день войны были выпущены первые газеты для военнослужащих противника на их родном языке; в первый год войны выпускалось десять таких газет и один иллюстрированный журнал на немецком, румынском и финском языках;

– за первые 12 дней войны было издано и распространено в расположении войск и в тылу противника 66 видов листовок, лозунгов, обращений общим тиражом 90 млн. экземпляров;

– всего за годы войны было издано и распространено свыше 20 тыс. наименований пропагандистских материалов на 20 иностранных языках общим тиражом около 2 млрд. 706 млн. экземпляров, в том числе 10 млн. газет, 10 млн. 200 тыс. агитационных брошюр и др.;

– за все время войны проведено более миллиона устных передач на войска Германии и ее союзников с использованием порядка 500 громкоговорящих установок, тысяч мегафонов, 372 вариантов патефонных пластинок тиражом 71 881 экземпляр и т.д.[1],

Информационно-психологическое воздействие на противника в годы Великой отечественной войны строилось на основе документов Верховного главнокомандования, ЦК ВКП(б), Совета военно-политической пропаганды при ГлавПУ КА, наставления по работе среди войск и населения противника. Оно было рассчитано на личный состав Германской армии и армий стран – ее союзниц, на население этих стран, а также на сознание мирового сообщества и велась по следующим направлениям:[2]

– разоблачение несправедливого, захватнического характера войны со стороны фашисткой Германии и ее сателлитов и

---

[1] См.: Политическая работа среди войск и населения противника в годы Великой Отечественной войны. М: Воениздат, 1971 С. 23,128.

[2] Бурцев М.И. Прозрение. М.: Воениздат, 1981; Варин В И. Опыт организации и проведения советской пропаганды среди немецко-фашистских войск в завершающей кампании третьего периода Великой Отечественной войны (январь-май 1945 г.). Дис... канд. ист. наук. М, 1962; Политическая работа среди войск и населения противника в годы Великой Отечественной войны. М.: Воениздат, 1971.

справедливости защиты своего отечества со стороны советского народа;

– показ и усиление противоречий между интересами различных социальных групп в германском обществе, в вермахте, в лагере сателлитов;

– разъяснение антинародного характера, неизбежности полного военного и политического краха фашизма;

– призыв и побуждение солдат войск противника к сдаче в плен,

– разъяснение миролюбивых планов Советского Союза среди населения освобождаемых от фашистского режима территорий.

Анализ перечисленных направлений показывает, что они подчиняются закону нормальной логики, гласящей, что для того, чтобы создать благоприятные морально-психологические и политические условия для действий своих войск, необходимо убедить широкое общественное мнение в том, что противником движут антинародные, антидемократичные, корыстные интересы и, что собственные действия являются лишь вынужденными, необходимыми, но, одновременно и прогрессивными ответными мерами.

Опыт организации спецпропаганды в годы Великой Отечественной войны особенно ценен сегодня потому, что он как бы показывает нормальную «траекторию» информационно-психологического воздействия на противника. Начальным звеном этой работы было детальное изучение противника, его морально-психологических возможностей, сильных и слабых сторон индивидуальной и групповой психологии. Специалисты политической работы среди войск и населения противника исходили из того, что только детальное знание морального духа и боеспособности личного состава противостоящих воинских частей и соединений, настроений отдельных групп военнослужащих, отношение к военным событиям в тылу врага на конкретном временном отрезке позволит выбрать правильные направления, наиболее эффективные средства, формы н методы идеологического и психологического влияния на него и, вместе с тем, оценить действенность этого влияния.

Для получения и накопления своевременной, достоверной и наиболее полной информации использовались следующие методы и источники:

а) политические допросы военнопленных, проводившиеся, как правило, в политотделах армий и реже - в политотделах дивизий;

б) анализ документов противника (архивов, приказов, распоряжений, методических материалов, военной и гражданской прессы, партийной, научной и справочной литературы, кинокопий, грампластинок, личной и служебной переписки, рапортов, личных дел, удостоверений, фотоматериалов дневников и др.) захваченных в бою, изъятых у убитых и пленных, добытых разведорганами и трофейными командами;

в) составление военно-политических характеристик (формуляров) на дивизии противника (всего во время войны было составлено более 400 таких формуляров): составление тематических досье по отдельным направлениям (о морально-психологическом состоянии отдельных категорий военнослужащих, социальных слоев общества, о положении дел в странах-союзницах Германии, об отношении солдат противника к конкретным военным и политическим событиям, нашей спецпропаганде и др.;

г) составление обобщающих информационных сводок и обзоров о моральном духе и настроениях противника для наших войск и др.

Ценность опыта информационно-психологического воздействия на противника, накопленного в годы Великой Отечественной войны велика еще и потому, что он содержит в себе ответ на вопрос о том, как строить эту работу в условиях тотального дефицита средств. Анализ литературных источников и документов показывает, что специалисты спецпропаганды в то время использовали максимум имевшихся в их распоряжении возможностей, проявляли творчество, инициативу, находчивость и мужество при выполнении своего воинского долга.

Основными средствами идеологического и психологического воздействия на врага были: печатные материалы, средства их производства и распространения; громкоговорящие устройств: радиовещание; наглядная агитация, личное общение советских воинов, специалистов спецпропаганды н антифашистов, с личным составом войск противника и др.

Печатная пропаганда занимала центральное место в системе идеологического воздействия на противника. Ее основными формами были листовки, газеты, журналы, бюллетени, письма,

брошюры, плакаты и др. Для производства этих пропагандистских материалов в политуправлениях фронтов имелись плоскопечатные машины производительностью около 150 тыс. листовок 1/16 доли печатного листа или 30 тыс. четырехполостных газет в сутки. В политуправлениях Западного, Волховского, Юго-Западного, Северо-Западного фронтов функционировали типографии-поезда. Типография располагалась в двух пульмановских вагонах. В одном были смонтированы линотип, наборные кассы с комплектами русских и латинских шрифтов и два двигателя с динамо-машинами В другом – плоскопечатная машина немецкой фирмы «Кениг», оборудование для изготовления матриц и стереотипов, резальная машина. В товарном вагоне находился склад бумаги, типографских красок, металла, матричного картона и др. Офицеры жили в старом пассажирском вагоне, а солдаты – в теплушке[1]. Политотделы армий располагали печатным машинами типа «Американка» малого формата, 150-200 кг. латинского шрифта, 1-2 кассореалами, электростанцией Л-3. При работе в 2-3 смены на такой базе можно было производить до 20 тыс. листовок форматом 1/16[2]. Основными, видами листовок были: официальные заявления, выступления и документы; информационные листовки; тематические листовки; листовки с письмами и обращениями военнопленных; листовки-лозунги, листовки-пропуска. Они выпускались, как правило, двух размеров - 1/56 и 1/32 печатного листа. В зависимости от времени года цвет листовок выбирался с таким расчетом, чтобы они быстрее бросались в глаза. Однако, чтобы противник не сразу разобрался, что это наша листовка, в ряде случаев одна ее сторона имитировалась под немецкие письма полевой почты, под обрывки фашистских фронтовых газет или под какой-либо документ. К тому же такие листовки солдатам легче было утаить от командиров[3]. Листовки обычно в сжатой форме излагали один основной вопрос, как правило, выраженный уже в заголовке. Поэтому личному составу противника было легко воспринимать ее содержание и запоминать, содержащуюся в ней информацию.

Для распространения листовок среди войск и населения противника, использовались следующие средства:

---

[1] См.: Соколов М.И. Как делались листовки //Особый фронт. М.: Воениздат, 1986. С. 125-126.

2 См.: Политическая работа среди войск и населения противника. С. 142.

3 См.: Соловьян В.А. На МГУ по дорогам войны //Особый фронт. С 78-79

– бомбардировочная, штурмовая, истребительная, разведывательная авиация, авиация дальнего действия, специальные самолеты и даже агитэскадрильи (листовки распространялись путем разбрасывания вручную, с помощью агитбомб и специальных кассет);

– артиллерия (преимущественно трофейная) с помощью агитснарядов, агитмин, агитгранат как промышленного, так и кустарного производства (например, в ряде случаев агитмины делались даже из дерева),

– танкисты во время глубоких рейдов, разведгруппы, диверсионные подразделения, специалисты спецпропаганды, совершавшие ночные вылазки в целях доставки листовок во вражеские траншеи, партизаны, подпольщики, гражданское население втылу врага;

– кустарные технические средства: агитзмеи, агитстрелы, катапульты, воздушные шары, агитплоты, длинные шесты для рассеивания листовок с помощью потоков воздуха и др.[1].

Политуправлениями фронтов с началом Великой отечественной войны стали издаваться газет для распространения среди войск и населения противника. Они выходили 2-3 раза в неделю тиражом 15-30 тыс. экз.

Действенной формой пропагандистского и психологическою воздействия на противника во время войны считалось *звуковещание*. Для его ведения использовались: мощные громкоговорящие устройства (МГУ- 39; МГУ-44), окопные громкоговорители (ОГУ), рупоры, мегафоны. Мощность МГУ-39 составляла 300 ватт, МГУ-44 – 500 ватт. С их помощью предполагалось осуществлять устные передачи на расстояние до 3-4 км. Радио-сеанс на такой установке был рассчитан примерно на 30 минут. Однако войсковые практики отмечали, что самая сильная из установок при благоприятных условиях слышна на 300-1000 метров. Эго значит, что в лучшем случае ее вещание было слышно двумстам военнослужащим противника. В этих условиях, чтобы увеличить район слышимости, прибегали не только к

---

[1] См.: Вайнерт Э. Сталинградская хроника//Особый фронт. М.: Воениздат, 1986. С.50; Политическая работа среди войск и населения противника. С. 112-127; Патишман И И. На узком плацдарме // Там же. С 65, Плотников И.И. Фронтовые будни дивизионного пропагандиста //Особый фронт. С. 118.

усилению звука, но и к выносным динамикам: красноармейцы ползком устанавливали их как можно ближе к противнику[1]. ОГУ были основным средством вещания на противника в тактическом звене. Мощность установки составляла 70 ватт, что позволяло вести устную пропаганду в ясную походу на дальности до 1-2 км. Она перевозилась на одноконной двуколке и, хотя нередко отставала от наступающих войск, все же была довольно маневренной. Перечисленные средства звуковещания были слабо приспособлены к работе в боевой обстановке. Так, МГУ отличались большими габаритами (они перевозились на автомашинах ГАЗ-АА.), имели низкую проходимость, их экипажи были практически не защищены, а аппаратура выходила из строя по причине отсутствия средств обогрева. Использование такой техники было возможно преимущественно в ночных условиях, то есть тогда, когда личный состав противника покидал первую траншей и уходил в тыл на отдых. На заключительном этапе войны появились СГУ - самолетные громкоговорящие устройства и ТГУ - танковые громкоговорящие устройства. Делались попытки установить средства звуковещания на бронемашины. Однако широкого применения это не нашло. Вещание на противника с помощью громкоговорящей установки, установленной на самолете У-2, осуществлялось так. В ночное время (днем он был бы мгновенно сбит) самолет набирал высоту, сбавлял обороты и начинал спуск по спирали. В этот момент агитатор мог произнести в микрофон короткую фразу из 3 - 6 слов по типу: «Фельдмаршал Паулюс сдался…» или «Советские войска освободили Киев»[2]. И даже такое обращение считалось целесообразным и эффективным.

В связи с этим большая нагрузка ложилась на рупористов-агитаторов. Несовершенство звуковещательной техники побудило политработников изобрести так называемый коленчатый рупор, состоящий из двух горизонтальных и одного вертикального колен. Он позволял рупористу, находясь в блиндаже, направлять звук по горизонтальной трубе, которая переходила в вертикальную с выходом из блиндажа в горизонтальный раструб. До этого рупористы были вынуждены вещать из первой траншеи. Учитывая то, что подавляющее число активистов, участвовавших в

---

1 См Вайнерт Э. Сталинградская хроника //Особый фронт С.49

2 См. Прокша Л.Я. «Голос с неба» //Особый фронт. С. 161-163.

спецпропаганде на вражеские аудитории не владело языком противника, тексты обращений для них писались в трех формах: на немецком, на русском языках и по-немецки русскими буквами. Это позволяло привлекать к передаче с использованием рупора наиболее грамотных военнослужащих, не знавших в достаточной степени немецкого языка.

Большой опыт информационно-психологического воздействия на войска и население противника в годы войны содержится в деятельности специалистов радиопропаганды. В то время в Москве, Ленинграде, Тбилиси и других городах страны на 7 волнах работали мощные радиостанции. Они вели ежедневно 14 радиопередач общей продолжительностью 5 часов. Во фронтах и некоторых армиях функционировали трофейные радиостанции.

Наряду с вещанием на массовые аудитории делались попытки воздействия на солдат противника, работающих на средствах связи и их ближайшее окружение. Необходимость такой формы работы обосновывалась тем, что в дивизиях противника постоянно функционировало около 50 радиостанций и раций, у которых находилось порядка 200 военнослужащих – потенциальных объектов воздействия. Однако летом 1942 года вышла специальная директива начальника ГлавПУРККА, запрещающая данную форму работы. Причиной послужило то, что, якобы наши пропагандисты, при вхождении в радиосети[1] противника, иногда сами становились объектами дезинформации и пропагандистского воздействия.

В процессе радипропаганды изучалась психология солдат противника, их сильные и слабые стороны и, в связи с этим велся поиск наиболее действенных способов воздействия на них. Так, например, была выработана наиболее эффективная форма вхождения в радиосети противника. Настроившись на наиболее «оживленную» радиоволну противника, наш пропагандист давал позывные и первым задавал вопрос: «Кто у аппарата?» - и, дождавшись ответа с немецкой стороны, продолжал: «Слышали ли вы, что сегодня передавал русский?». Получив ответ: «Я ничего не слышал, а вы?», он передавал заранее подготовленную

1 1 См.: Патишман И. И. Па узком плацдарме // Особый фронт. С. 61.

информацию[1]. В данном случае информации придавался оттенок особой информированности, доверительности и она функционировала далее по психологическому механизму передачи слухов.

Одной из наиболее важных и действенных форм в спецпропаганде считалась работа с пленными. Она велась по следующим направлениям.

– получение от пленных в процессе политических допросов информации, необходимой для работы с противником;

– привлечение пленных к участию в пропаганде на своих бывших сослуживцев и население своей страны (к разработке печатных материалов, к участию в радио- и звуковещании, написанию писем своим сослуживцам, членам семей и знакомым в тылу и др.);

– использование пленных, перешедших на. нашу сторону, для прямой агитационной работы среди военнопленных;

– «подсадка» активистов из числа пленных в лагеря военнопленных для ведения скрытой пропаганды;

– засылка военнопленных в свои воинские части для пропаганды и призыва сослуживцев к сдаче в плен и др.

О масштабе этой работы могут свидетельствовать следующие факты. Только в июле-августе 1944 года, при освобождении Украины, политуправлениями 1-го Белорусского, 1-го и 2-го Украинских фронтов в качестве дикторов МГУ и ОГУ было привлечено около 700 военнопленных.

Из 324 военнопленных, переправленных в свои части 247 вернулись обратно, приведя с собой более 2800 сослуживцев[2].

Бесценным опытом информационно-психологического воздействия на противника в годы войны можно считать широкомасштабное привлечение к этой работе видных деятелей рабочего и коммунистического движения, деятелей литературы, культуры и искусства. В пропаганде на своих сограждан самым активным образом участвовали такие известные в Германии и в

1 См.: Варин В.И. Опыт организации и проведения советской пропаганды среди немецко-фашистских войск в завершающей кампании третьего периода Великой Отечественной войны (январь - май 1945 г.).

[2]. Архив МО СССР.ф.32.оп.11 306. дд.51,67,547.

мире личности, как В. Ульбрихт, В. Пик, В. Флори», В. Бредель, А. Аккерман, Э. Вайнерт, Ф. Вольф, И. Бехер, А. Курелла. С июля 1943 года при их участии функционировал Национальный комитет «Свободная Германия», регулярно выпускались иллюстрированный, ежемесячник «Фрайес Дойчланд им билд» и еженедельная газета «Фрайес Дойчланд», 8 раз в сутки осуществлялось радиовещание на немецкие войска и население. Сильный психологический эффект имело также использование в пропагандистской работе авторитета нескольких десятков пленных немецких генералов.

Оценивая опыт политической работы с войсками противника в годы Великой Отечественной войны, можно с уверенностью сказать, что несмотря на слабую материально-техническую базу, люди, ведущие эту работу, проявляли величайшее творчество, изобретательность, мужество и самоотверженность. Это позволило добиться того, что наша система информационно-психологического воздействия на противника была признана одной из самых эффективных, а многие находки в этой области до сих пор являются хрестоматийными. Высшим подтверждением этому служит оценка, данная противником. Так, в «Контрразведывательном бюллетене» штаба 2-ой германской армии от 3 ноября 1942 года отмечалось: «Находящиеся на восточном фронте войска буквально, наводнены разлагающими советскими листовками и слухами... Большевистская разлагающая пропаганда и ее методы продуманы и систематизированы. Становится все заметнее тенденция разъединить немецкий народ с фюрером, вбить клин между партией и вооруженными силами... Советская пропаганда работает как истинно массовая пропаганда на широчайшей базе: она никогда не рассчитывает на сословия и группы, рассчитывает всегда на массы. С ними говорит она народными, солдатскими и специфически местными выражениями, дает возможность немцам обращаться к немцам»[1].

Таким образом, оценивая значение опыта работы среди войск и населения противника в годы Великой Отечественной войны применительно к сегодняшнему дню, можно сделать следующие выводы:

-роль и значение этой работы невозможно переоценить, она

---

[1] **См ЦА МО** СССР. ф.32. оп.542139. д1.л. 84.
Черкасов А.В. Оружие, которое не убивает // Ориентир. 1997 №1 С.24

является важнейшим компонентом борьбы и одним из наиболее эффективных способов достижения победы над врагом;

-чтобы эффективно воздействовать на противника в информационно-пропагандистском плане, необходимо хорошо знать его, постоянно иметь о нем исчерпывающую информацию;

-всю эту работу необходимо вести на языке противника, для чего необходимо располагать высококвалифицированными кадрами;

-информационно-психологическое воздействие на противника (психологическая борьба) должно органически увязываться с состоянием боевой обстановки, морального духа личного состава противоборствующих сторон, с политическими, социальными и экономическими процессами в воюющих странах;

-для ведения этой работы во время войны необходимы современные технические средства, пригодные для использования в боевой обстановке.

* * *

Таким образом, все сказанное выше, позволяет констатировать, что «…в мире появился новый вид боевых действий - информационно- психологическое противоборство. Появилось новое «несмертельное», «психологическое» оружие, которое используется как эффективный способ достижения политических, экономических, военных целей еще до этапа применения военной силы. То есть оружие, которое не убивает, не разрушает, но позволяет добиваться победы с минимальными потерями[1]. Оно представляет собой самостоятельный, эффективный и сравнительно дешевый вид оружия современной и будущей войны, Армия, которая будет иметь превосходство в качественно-количественных характеристиках этого оружия, в опыте его боевого применения, окажется более эффективной на поле боя современной войны.

Командиры, штабы, органы воспитательной работы должны хорошо представлять, что для победы над противником недостаточно физически сохранить своих солдат и не всегда самым эффективным является уничтожение солдат неприятеля. Успех современного боя на три четверти зависит от реального

---

[1] Черкасов А.В. Оружие которое не убивает//Ориентир 1997г. №1. С. 24

соотношения морально-психологических возможностей противоборствующих сторон. Искать и находить средства

повышения морального духа своих войск и снижения морально- психологического состояния войск противника, эффективно осуществлять информационно-психологическую защиту подчиненных и вести непрерывное, жесткое, изматывающее психологическое давление на противника - это не только черты таланта современного военного руководителя, но властное требование современной боевой практики.

С о д е р ж а н и е

Караяни Александр Григорьевич

ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ПРОТИВОБОРСТВО В СОВРЕМЕННОЙ ВОЙНЕ

Учебное пособие

Технический редактор И.В. Садырова

Корректор Г.Г. Гододнога

Подписано в печать 20.03.97

Объем 4 п.л. **Формат бумаги 60х84 1/16**

Для внутриведомственной продажи (цена__)

Типография ВУ Изд. №14 Зак. 316.